المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم العالي

جامعة أم القري

معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج

الطلب على السلع الكهربائية في موسم الحج

أ.د أحمدأبوالفتوح الناقة
أستاذ الاقتصاد
قسم الاقتصاد الإسلامي
كلية الشريعة

أ.د أحمد بن حسن الحسني
أستاذ الاقتصاد الإسلامي
قسم الاقتصاد الإسلامي
كلية الشريعة

د. محمد إبراهيم البنجابي
أستاذ مساعد الاقتصاد الإسلامي
قسم الاقتصاد الإسلامي
كلية الشريعة

موسم حج ١٤٢٥هـ

بسم ا الر ن الرحيم

شكر وتقدير

ا مد رب العا ، والصلاة والسلام على سيدنا مد وعلى آله وصحبه،فإن الباحث يتقـدمون الص الشكر عا مدير جامعة أم القرى أ.د ناصر بن عبد ا الصا على تشجيعه للبحث العلمي وتشجيعه ا ستمر للبحوث العلمية، ولاسيما تلك ال تتم رحاب معهد خادم ا رم الـ شريف للحج والعمرة ، ومنها هذا البحث. كما يتوجهون بالشكر لسعادة الدكتور أسامة بن فضل البـ ار عميد معهد خادم ا رم الشريف ، ا قدمه للباحث من دعم وتشجيع مستمر طوال فترة إعـ داد البحث ،والشكر أيضا لكل من ساهم إ ام هذا البحث. وندعو ا سبحانه وتعا أن يتقبل هذا العمل خالصا لوجهه الكر .

الباحثون

مقدمة

تستهدف هذه الدراسة تحليل طلب الحجاج على السلع الكهربائية في موسم حج عام ١٤٢٥هـ، وتبدأ الدراسة بالتعرف علي جنسيات الحجاج الذين يطلبون السلع الكهربائية، والنسب التي يتوزع بها هذا الطلب علي كل جنسية. وتتجه الدراسة بعد ذلك لتحليل أنواع السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج، فتحلل أولا السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج بصفة عامة ، ثم تحلل الطلب على كل سلعة كهربائية على حدةمن قبل الجنسيات المختلفة ، بغرض معرفة مصدر الحجم الأكبر للطلب علي كل سلعة من السلع الكهربائية، ومن ثم نتمكن من تقدير معامل تركز الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية، وهذا المعامل يقيس حجم الطلب النسبي لمجموعة من الجنسيات وهي التي يطلب حجاجها حجما أكبر مقارنا بحجم الطلب للمجموعة التي تطلب حجما أصغر.

وتتجه الدراسة بعد ذلك إلى تحليل أثر دخل الحجاج على الطلب على السلع الكهربائية، بغرض معرفة ما إذا كانت العلاقة بين الطلب على السلع الكهربائية والدخل، هي العلاقة التي تفترضها النظرية الاقتصادية، أم أن هنالك احتمال لوجود علاقة أخري، وفي نفس الإطار تتجه الدراسة إلى تحليل أثر سعر الوحدة من السلع الكهربائية على الكمية المطلوبة من تلك السلع، ثم تحاول أن تختبر هذا الأثر.

وأخيرا تحلل الدراسة أثر الدوافع الكيفية في التأثير على الطلب على السلع الكهربائية، والدوافع الكيفية تمثل في الواقع متغيرات نوعية لها أبعاد مختلفة ، وكل بعد يعكس أثر معين كأثر السعر وأثر الجودة أو أثر المنفعة المباشرة على طلب السلع الكهربائية.

وبناءا على ذلك فإن خطة الدراسة تنقسم إلى خمسة مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول : يتناول جنسيات الحجاج الذين يطلبون السلع الكهربائية.

المبحث الثاني: السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج.

المبحث الثالث: أثر الخل على طلب السلع الكهربائية.

المبحث الرابع: أثر السعر على طلب السلع الكهربائية.

المبحث الخامس: الدوافع الكيفية المحفزة لطلب السلع الكهربائية.

وفي النهاية الخاتمة والنتائج.

المبحث الأول

من هم الحجاج الذين يطلبون السلع الكهربائية؟

في هذا الجزء سيتم استعراض الجنسيات التي تطلب السلع الكهربائية من بين الحجاج الذين أدوا فريضة الحج عام ١٤٢٥هـ.

ومن جدول (٢) وشكل (١) يتضح أننا يمكن أن نقسم نسب الحجاج الذين يطلبون سلعاً كهربائية إلى المجموعات التالية:

المجموعة الأولى: وتشتمل على الحجاج الذين احتلوا وزناً نسبياً يتراوح بين ١٣% إلى ٧% من العدد الكلي للحجاج الذين يطلبون سلعاً كهربائية، وتشتمل هذه المجموعة الدول التي يأتي منها أكبر عدد من الحجاج غالباً ومن تلك الدول الهند (١٢,٩%)، وإيران (١٢,٨%) ومصر (٨,١%) وباكستان (٧,٦%) وبجانب تلك الدول أفغانستان (٧,٢%)، فالهند بها أكبر عدد من السكان المسلمين بعد الصين ثم إيران ومصر وباكستان، وهذه هي الدول التي يأتي منها عدد من الحجاج يزيد عن ٦٠,٠٠٠ حاج سنوياً.

وإذا نظرنا إلى تصنيف تلك الدول من حيث الدخل الفردي طبقاً لتقرير التنمية في العالم (٢٠٠٣، ص ٢٤٣) نجد أن تصنيف تلك الدول هو كالآتي:

جدول(١) تصنيف دول المجموعة الأولى حسب مستوي الدخل

الدولة	تصنيفها
الهند	دولة منخفضة الدخل
إيران	دولة متوسطة الدخل (الشريحة المنخفضة)
مصر	دولة متوسطة الدخل (في الشريحة المنخفضة)
أفغانستان	دولة فقيرة (منخفضة الدخل)

المصدر: "التنمية المستدامة في عالم دائم التغير: التحول في المؤسسات والنمو ونوعية الحياة" تقرير عن التنمية في العالم ٢٠٠٣، البنك الدولي، مركز الأهرام للترجمة والنشر، ص٢٤٣).

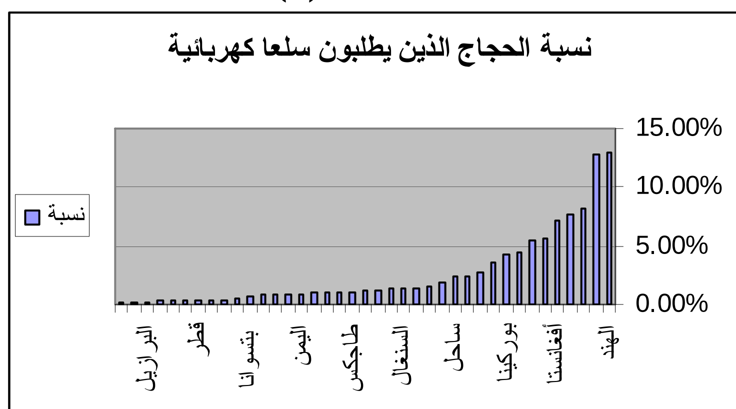
ومن الواضح أن كل الدول التي تحتل جنسياتها المجموعة الأولى هي دول منخفضة الدخل، ومن ثم نتوقع أن يرتفع ميل سكانها لشراء السلع الكهربائية، فالطلب على السلع الكهربائية في هذه الحالة يعتبر من قبيل الطلب على الكماليات، وهذه الدول تنتج السلع الكهربائية في إطار سياسة الإحلال محل الواردات، ولكن بجودة أقل من جودة الواردات من تلك السلع، مما يحفز الحجاج على شراء سلع ذات جودة أعلى من المملكة في موسم الحج.

المجموعة الثانية: تشتمل على الحجاج الذين احتلوا وزناً نسبياً في طلب السلع الكهربائية ما بين ٦% إلى ٣%، وتشتمل هذه المجموعة على حوالي ٨ دول هي توجو (٥,٦%)، مالي (٥,٤%)، بنين (٤,٥%)،

جدول(٢): نسب الذين يطلبون سلعا كهربائية من الجنسيات المختلفة(%)

الدولة	نسبة	الدولة	نسبة	الدولة	نسبة	الدولة	نسبة
الهند	١٢,٩	نيبال	٢,٤	السعودية	١	ليبيا	٠,٣
إيران	١٢,٨	س. العاج	٢,٤	المغرب	١	جيبوتي	٠,٣
مصر	٨,١	العراق	١,٨	اليمن	٠,٩	عمان	٠,٣
باكستان	٧,٦	فرنسا	١,٥	البحرين	٠,٩	البرازيل	٠,١
أفغانستان	٧,٢	سوريا	١,٤	الإمارات	٠,٨	سلفانيا	٠,١
توجو	٥,٦	السنغال	١,٤	بورما	٠,٨	أمريكا	٠,١
مالي	٥,٤	الأردن	١,٣	بتسوانا	٠,٦	تنزانيا	٠,١
بنين	٤,٥	الكويت	١,٢	الجزائر	٠,٥		
بوركينا فاسو	٤,٢	تونس	١,٢	تركيا	٠,٤		
لبنان	٣,٦	طاجاكستان	١	فلسطين	٠,٣		
بنجلاديش	٢,٧	السودان	١	قطر	٠,٣		

شكل(١)



بوركينافاسو (٤,٢%) حتى ساحل العاج (٢,٤%) كما هو واضح من جدول (١) والرسم البياني شكل (١).

ومن الواضح أيضاً أن تصنيف تلك الدول طبقاً لتقرير التنمية ٢٠٠٣ هو كما يلي:

جدول(٣) تصنيف دول المجموعة الثانية حسب مستوي الدخل

الدولة	التصنيف	ا وقع
توجو	دولة منخفضة الدخل	أفريقيا جنوب الصحراء
ما	دولة منخفضة الدخل	أفريقيا جنوب الصحراء
بنـ	دولة منخفضة الدخل	أفريقيا جنوب الصحراء
بوركينافاسو	دولة منخفضة الدخل	أفريقيا جنوب الصحراء
لبنان	الطبقة العليا من الدول متوسطة الدخل	الشرق الأوسط و ال إفريقيا
بنجلاديش	دولة منخفضة الدخل	جنوب آسيا
نيبال	دولة منخفضة الدخل	جنوب آسيا
ساحل العاج	دولة منخفضة الدخل	أفريقيا جنوب الصحراء

ومن الواضح أيضاً أن قيام حجاج تلك الدول بطلب سلع كهربائية أثناء موسم الحج يكشف عن ميل مرتفع لطلب تلك الأجهزة طالما أن كل تلك الدول – ما عدا لبنان – هي دول منخفضة الدخل – فالدول منخفضة الدخل هي الدول التي يكون فيها متوسط الدخل الفردي حوالي ٧٤٥ دولار أو أقل (في عام ٢٠٠١م) في العام. كما أن مؤشرات خط الفقر الدولي في تلك الدول تكشف أنها دول فقيرة، ومن ثم فإن الطلب على الأجهزة الكهربائية هو من قبيل الطلب على سلع كمالية (طلب له مرونة أكبر من الواحد)، وهذه الدول لا تنتج السلع الكهربائية غالباً، ولهذا تقوم بالاستيراد من الخارج، ومن ثم يشتري الحجاج تلك السلع من المملكة.

المجموعة الثالثة: مجموعة الدول ذات الوزن النسبي الذي يتراوح بين ٢% إلى ١% وهي تشتمل خليط من الدول ذات الدخل المرتفع ومتوسطة الدخل ودول منخفضة الدخل، فمن الدول ذات الدخل المرتفع فرنسا (نصيب الفرد بالدولار من الدخل القومي عام ٢٠٠١م حوالي ٢٢٦٩٠دولار) ، الكويت (نصيب الفرد من الدخل القومي ١٨٠٣٠ دولار عام ٢٠٠١م) ودول متوسطة الدخل مثل السعودية (نصيب الفرد من الدخل القومي ٧٢٣٠ دولار عام ٢٠٠١م) وبقية الدول مثل العراق وسوريا والأردن فهي تقع ضمن الدول متوسطة الدخل حيث متوسط الدخل حوالي (٧٤٦ دولار – ٩٢٠٥ دولار) ولكن هذه الدول تقع في الشريحة المنخفضة من الدول متوسطة الدخل، وهناك دول فقيرة منخفضة الدخل مثل طاجاكستان والسودان.

وبالطبع فإن الدافع من طلب السلع الكهربائية من قبل حجاج الدول الفقيرة، ربما يكون انخفاض الأسعار في المملكة مقارنة بالأسعار السائدة في تلك الدول بالإضافة إلى الجودة المرتفعة كما لا يوجد تصنيع محلي للسلع الكهربائية في تلك الدول.

أما الدافع على الشراء من قبل حجاج الدول متوسطة الدخل مثل حجاج العراق وسوريا والأردن وتونس والمغرب فربما يكون انخفاض الأسعار بجانب الجودة، لأن تلك البلاد تنتج السلع الكهربائية في إطار سياسات التنمية القائمة على إنتاج بعض السلع الكهربائية محلياً لإحلالها محل الواردات، ولكن بالطبع جودة الإنتاج المحلي

منخفضة وأسعار السلع الكهربائية أعلى، كما أن الضريبة الجمركية المفروضة تجعل الأسعار المحلية لتلك السلع الكهربائية أعلى مقارنة بأسعارها في المملكة، أي أن دافع الحجاج على شراء السلع الكهربائية مازال موجوداً.

المجموعة الرابعة من الدول: وتشتمل على الحجاج الذين يقل وزنهم النسبي عن ١% وتشتمل على دول منخفضة الدخل مثل اليمن وبورما وبتسوانا وفلسطين وجيبوتي وتنزانيا، وتشتمل أيضاً على حجاج من دول متوسطة الدخل مثل البحرين والجزائر وتركيا وليبيا وعمان والبرازيل وتلك الدول تقوم غالباً بإنتاج سلع كهربائية – أو تجميعها – في إطار سياسات الإنتاج المحلي للإحلال محل الواردات، ولكن ربما تكون جودة الإنتاج المحلي منخفضة ومن ثم تكون تكلفة الإنتاج والأسعار مرتفعة مقارنة بجودة أعلى وأسعار أقل في المملكة أثناء موسم الحج، وتشتمل تلك المجموعة أيضاً مجموعة دول مرتفعة مثل الإمارات وقطر وسلفانيا وأمريكا وربما أن قيام حجاج بعض تلك الدول بشراء السلع الكهربائية من المملكة يرجع إلى شرائها كهدايا أو أنها تحمل ذكرى القيام بفريضة مباركة كفريضة الحج.

وبناءً على ما سبق يمكننا استخلاص بعض النتائج التالية:

أ - قد يعزى قيام حجاج الدول الإسلامية منخفضة الدخل إلى شراء السلع الكهربائية أثناء موسم الحج من المملكة العربية السعودية إلى أثرين:

الأثر الأول: أثر التخلف الاقتصادي: والذى ينجم عنه أن المستوى العلمي والتكنولوجي السائد في تلك البلاد لا يمكنها من امتلاك أساليب فنية للإنتاج تمكنها من إنتاج تلك السلع، وبالتالي لا يوجد إنتاج محلى من السلع الكهربائية في تلك البلاد، ومن ثم يمثل موسم الحج فرصة لشراء تلك السلع من المملكة، حيث تتوافر تلك السلع.

الأثر الثاني: أثر السعر: وهو أثر ناجم عن أن انخفاض أسعار السلع الكهربائية فى المملكة مقارناً بأسعار نفس السلع في البلد الأصلي للحاج، وارتفاع أسعار السلع الكهربائية في بلد الحاج غالباً ما يكون ناتجاً عن فرض ضرائب جمركية مرتفعة على الواردات من تلك السلع.

ب- قد يعزى قيام حجاج الدول الإسلامية متوسطة الدخل إلى شراء سلع كهربائية أثناء موسم الحج من المملكة إلى أثرين:

الأثر الأول أثر الجودة The Quality effect: وهو أثر ناتج عن ارتفاع جودة السلع الكهربائية التى تعرض في المملكة أثناء موسم الحج مقارنة بجودة نفس السلع الكهربائية المنتجة محلياً في بلد الحاج، ويرجع ارتفاع جودة ما يعرض من سلع كهربائية في المملكة أن تلك السلع – غالباً – تنتج محلياً بأساليب فنية مرتفعة أو تستورد في السوق الحرة للمملكة من الدول المختلفة المنتجة لتلك السلع في ظل مبدأ المزايا النسبية المقارنة، كما أن انخفاض جودة ما يعرض من سلع في بلد الحاج غالباً ما يعزى إلى أن سياسة الإحلال محل الواردات Import substitution policy التي تتبعها تلك البلاد تعتمد غالباً على أساليب فنية للإنتاج متخلفة، ومن ثم تقل جودة المنتج وترتفع تكلفة الوحدة المنتجة منه.

الأثر الثانى أثر السعر: وهو أثر ناتج عن انخفاض الأسعار في المملكة مقارناً بأسعار نفس السلع في بلاد الحجاج نتيجة فرض معاملات مرتفعة للضرائب الجمركية على واردات تلك السلع.

المبحث الثاني

في المبحث السابق، تم معرفة جنسيات الحجاج الذين يطلبون سلعاً كهربائية، وفي هذا المبحث نتطرق إلى معرفة أنواع السلع الكهربائية التي يطلبها هؤلاء الحجاج.

وفي البداية نعرض الوزن النسبي للسلع التي يطلبها الحجاج في هيكل طلبهم على أنواع السلع الكهربائية حسب الجنسية التي تطلب السلع الكهربائية، ثم نتطرق بعد ذلك إلى تفصيل الطلب على كل نوع من أنواع السلع الكهربائية من حيث مصدر الطلب من الجنسيات المختلفة ثم تقسيم مجموعات الجنسيات على حسب قوة طلبها على السلع الكهربائية، تمهيداً لحساب معامل تركز الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية.

أولاً: الوزن النسبي لكل سلعة في هيكل الطلب على السلع الكهربائية:

يوضح جدول (٤) الوزن النسبي لكل سلعة في هيكل الطلب على السلع الكهربائية، ويقاس الوزن النسبي لكل سلعة بقسمة عدد وحدات السلعة المطلوبة على العدد الكلي لكل وحدات السلع الكهربائية المطلوبة، صحيح أننا نعرف أن وحدات السلع الكهربائية غير متجانسة وقيمها غير متساوية، ولكننا هنا سنركز فقط على عدد الوحدات فقط متجردين من اختلاف أنواع السلع الكهربائية، وهدفنا هو التوصل إلى مؤشر مبدئي عن الأهمية النسبية لكل سلعة كهربائية في هيكل طلب الحجاج على السلع الكهربائية.

ومن جدول (٤) يتضح ما يلي:

(أ) تحتل لعب الأطفال الكهربائية المركز الأول في طلب الحجاج على السلع الكهربائية ككل وبنسبة ١٥,١١% ، والطلب على لعب الأطفال الكهربائية لا يشبع حاجة في حد ذاتها عند الحاج بمعنى أن الطلب على لعب الأطفال من قبل الحجاج ليس هدفاً في حد ذاته، كالسلع الاستهلاكية التي تطلب لمنفعتها المباشرة Direct utility ولكن الطلب على لعب الأطفال طلب مشتق Derived demand من غاية سامية وهي إسعاد الأطفال، وهذا هو هدف كل حاج سوء كان أب أو أم أو جد أو جدة، ، ولهذا السبب احتل الطلب على لعب الأطفال الكهربائية المركز الأول في هيكل الطلب على السلع الكهربائية.

(ب) يحتل الطلب على الراديو – كاسيت المركز الثاني في هيكل الطلب على السلع الكهربائية من قبل الحجاج بنسبة ١٤,٦%، وربما يعزى ذلك إلى حاجة بعض الحجاج للاستماع إلى القرآن أو الأخبار أو غيرها، وربما لاستخدامه في بلده ولاسيما الراديو – كاسيت من الحجم الكبير.

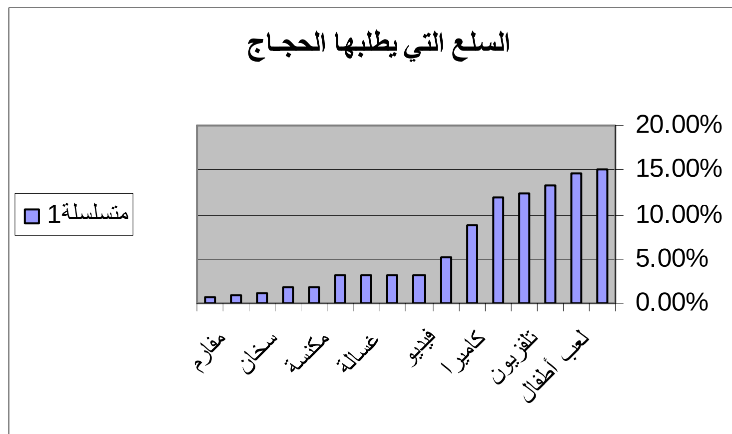
(ج) ويحتل الطلب على أجهزة التلفزيون المركز الثالث بنسبة ١٣,٢% من الطلب الكلي على الأجهزة الكهربائية، والطلب على التلفزيون أكثر انتشاراً بين الحجاج بحكم المزايا التي يقوم المصنعون بإدخالها على الموديلات التي تظهر كل عام.

(د) والطلب على التليفون يحتل المركز الرابع بنسبة ١٢,٤٢%، ولا شك أن نماذج التليفونات متعددة ومزاياها متغيرة، مما يجعل الطلب عليها مستمر كل عام سواء تليفون ثابت أو محمول.

جدول(٤) السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج

لعب أطفال	15.11%
راديو كاسيت	14.60%
تلفزيون	13.20%
تليفون	12.42%
كاميرا	12%
المكواة	9%
فيديو	5.25%
مروحة	3.20%
غسالة	3.20%
خلاط	3.07%
مكنسة	3.07%
ثلاجة	1.80%
سخان	1.70%
ريسيفر	1.15%
مفارم	0.90%
تكييف	0.64%

شكل (٢)



جدول(٥) الطلب علي أنواع السلع الكهربائية حسب جنسية الحجاج

	السعودية	الإمارات	البحرين	عمان	قطر	الكويت	الأردن	سوريا	العراق
تلفزيون١	٢					١	٣	١	
راديو٢		١	١					٢	٢
ثلاجة٣									١
فيديو٤								١	
رسيفر٥			١						
خلاط٦			١						١
مكنسة٧								١	١
مراوح٨									١
شفاط٩									
تكييف١٠			١						
مكواة١١		١				٣			
تليفون١٢		١			١		٦	٤	١
سخان١٣									
دفاية١٤									
كاميرات١٥	٣		٢	١	١	٣		١	٢
مفارم١٦									
غسالة١٧	١	١							١
لعب أطفال	٢	٢	١	١		٢		١	٤
	٨	٦	١٧	٢	٢	٩	١٠	١١	١٤

تابع: جدول(٥) الطلب علي أنواع السلع الكهربائية حسب جنسية الحجاج

	فلسطين	لبنان	اليمن	تونس	الجزائر	جيبوتي	السودان	ليبيا	مصر
تلفزيون١		١	١				٣		٩
راديو٢	١	٢		١	٢		٣		٤
ثلاجة٣			١						١
فيديو٤									٢
رسيفر٥		١							١
خلاط٦		٢		٦					١١
مكنسة٧		٢	١						٣
مراوح٨									٤
شفاط٩									
تكييف١٠		١					١		
مكواة١١		٢				١			٤
تليفون١٢	١	٥	٢		١			٢	٤
سخان١٣									٢
دفاية١٤					١				
كاميرات١٥		٤	١	٢			١		٦
مفارم١٦		١	١						٢
غسالة١٧									
لعب أطفال		٧		٣	١	١			١٠
كلي	٢	٢٨	٧	١٣	٥	٢	٨	٢	٦٣

تابع: جدول(٥) الطلب علي أنواع السلع الكهربائية حسب جنسية الحجاج

	المغرب	أفغانستان	إيران	باكستان	الهند	بنجلاديش	تركيا	تنزانيا	بنين
تلفزيون١		٤	٥	٧	١٤	١			٨
راديو٢	١	١٤	٧	٥	١٥	٨	١		٤
ثلاجة٣	١			٥	٣				
فيديو٤		٢	١٢	١					٣
رسيفر٥		١		١	١	١			
خلاط٦	٢		٣	٢	١				
مكنسة٧		٣	٤	٥	٣				
مراوح٨				٥	٥	٢			
شفاط٩									
تكييف١٠									
مكواة١١		٩	٧	٦	٣٠	١			
تليفون١٢		٦	٨	٥	٨	١		١	٩
سخان١٣				١	٣		١		٢
دفاية١٤									
كاميرات١٥	٢	٧	٢٠	٥	١		1		٧
مفارم١٦									
غسالة١٧			33	4	9	2			3
لعب أطفال	2	10	1	7	8	5			1
كلي	10	56	100	59	101	21	3	1	35

تابع :جدول(٥) الطلب علي أنواع السلع الكهربائية حسب جنسية الحجاج

	ساحل العاج	السنغال	مالي	فرنسا	أمريكا	نيبال	بورما	طاجاكستان	توجو
تلفزيون١	٥	٥	9	١		١			١٤
راديو٢	٧	١	٦			٢	١	٢	١٠
ثلاجة٣			١						١
فيديو٤	١	٣	٨					١	٣
رسيفر٥						١			
خلاط٦									
مكنسة٧									
مراوح٨			٢			٤			١
شفاط٩									
تكييف١٠			١						١
مكواة١١						٤		١	
تليفون١٢		٢	٩	١		٣	٢	٢	٤
سخان١٣			١			١			١
دفاية١٤	١								
كاميرات١٥	٣		٤	١		١			٧
مفارم١٦									
غسالة١٧						2			1
لعب أطفال			1	9	1		3	2	1
كلي	19	11	42	12	1	19	6	8	44

تابع: جدول(٥) الطلب علي أنواع السلع الكهربائية حسب جنسية الحجاج

	بتسوانا	بوركينافاسو	البرازيل	سلفا نيا
تلفزيون١		١٠		١
راديو٢	٢	٦	١	
ثلاجة٣				
فيديو٤		٤		
رسيفر٥				
خلاط٦				
مكنسة٧	١			
مراوح٨		١		
شفاط٩				
تكييف١٠				
مكواة١١	١	٢		
تليفون١٢		٣		
سخان١٣				
دفاية١٤				
كاميرات١٥		٦		
مفارم١٦				
غسالة١٧		1		
لعب أطفال	1			
كلي	5	33	1	1

(هـ) ويحتل الطلب على أجهزة التصوير المركز الخامس بنسبة ١٢% من هيكل الطلب على كل الأجهزة الكهربائية، وأجهزة التصوير تتراوح من الأجهزة التي تستخدم للتصوير بمفردها أو تستخدم مع الفيديو والكمبيوتر، وهي متعددة الأغراض والسرعات.

(و) ثم يأتي في المركز السادس الطلب على المكواة بنسبة ٨,٨٣% ثم المراوح بنسبة ٣,٢% ثم الغسالات ٣,٢% ثم الخلاطات ٣,٠٧% والمكانس ٣,٠٧% ثم الثلاجات ١,٠٨% وهكذا.

والآن بعد أن عرفنا الوزن النسبي لكل سلعة في هيكل الطلب، نقوم بإلقاء الضوء على مزيد من المؤشرات عن كل سلعة على حدة لمعرفة معامل تركز الطلب عليها.

ثانياً: الطلب على لعب الأطفال الكهربائية:

عرفنا من جدول رقم (٤) أن الطلب على لعب الأطفال يحتل المركز النسبي الأول في إجمالي الطلب على السلع الكهربائية، ولإلقاء الضوء على مصدر الطلب على لعب الأطفال، فإن جدول رقم (٦) يوضح النسب المختلفة للطلب على لعب الأطفال من قبل مختلف الجنسيات للحجاج وعدد الجنسيات ٢٤ جنسية، ومن جدول رقم (٦) يتضح ما يلي:

جدول(٦) نسب طلب مختلف الجنسيات على لعب الأطفال

الدولة	النسبة	الدولة	النسبة	الدولة	النسبة
إيران	٢٧,٩٧ %	العراق	٣,٣٩ %	البحرين	٠,٨٥.%
مصر	٨,٥%	بورما	٢,٥٤ %	سوريا	٠,٨٥ %
أفغانستان	٨,٥%	تونس	٢,٥٤ %	الجزائر	٠,٨٥ %
فرنسا	٧,٦٣ %	السعودية	١,٧ %	جيبوتي	٠,٨٥ %
الهند	٦,٧٨ %	الإمارات	١,٧ %	بنين	٠,٨٥ %
لبنان	٦ %	الكويت	١,٧ %	مالي	٠,٨٥ %
باكستان	٦ %	المغرب	١,٧ %	أمريكا	٠,٨٥ %
بنجلاديش	٤,٢٤ %	طاجاكستان	١,٧ %	توجو	٠,٨٥ %

جدول(٧) مجموعات دول جنسيات الحجاج التي تطلب لعب الأطفال

المجموعة	عدد	مدي نسب الطلب	الطلب الكلي للمجموعة كنسبة من المجموعة
إيران،مصر،أفغانستان،فرنسا،الهند، لبنان،باكستان	٧	6%-27.97%	71.38%
بنجلاديش،العراق،بورما،تونس	٤	2%-4.5%	12.71%
السعودية،الإمارات،الكويت،المغرب،طاجاكستان، البحرين،سوريا،الجزائر،جيبوتي،بنين،مالي،أمريكا،توجو	١٣	0.5%-1.7%	15.3%

جدول(٨)نسبة التركز في الطلب علي لعب الأطفال

مجموعة جنسيات الحجاج	النسبة التي تطلبها من لعب الأطفال	معامل التركز
المجموعة ذات الطلب الأكبر	71.38%	$\frac{71.38}{28} = 2.55$
المجموعة ذات الطلب الأصغر	28%	

(أ) أن حجاج دولة واحدة هي إيران يمثل طلبهم أكبر من الربع وأقل من الثلث قليلاً من الطلب الكلي على لعب الأطفال من قبل كل الجنسيات، فيبلغ طلب الحجاج الإيرانيين حوالي ٢٨ % من الطلب الكلي على لعب الأطفال.

(ب) يلي حجاج إيران طلب حجاج مصر وحجاج أفغانستان بنسبة (٨,٥%) لكل منهم وحجاج الهند بنسبة (٦,٧٨ %) وحجاج لبنان وحجاج باكستان بنسبة ٦ % لكل منهم.

ومن جدول (٧) فإن حجاج الدول السبع السابقة يتراوح طلبهم ما بين ٦ % كحد أدنى إلى ٢٧,٩٧ % كحد أقصى وبطلب كلي يبلغ (٧١,٣٨ %) من الطلب الكلي على لعب الأطفال من قبل كل الحجاج في عينة الدراسة.

(ج) وفي مرتبة تالية يأتي طلب حجاج بنجلاديش على لعب الأطفال بنسبة طلب ٤,٢٤ % من إجمالي الطلب على

لعب الأطفال ،ثم طلب حجاج العراق بنسبة (٣,٣٩%) وطلب حجاج بورما وحجاج تونس بنسبة ٢,٥٤% لكل منهم.

ومن جدول (٧) فإن حجاج الدول الأربع يتراوح طلب الواحدة بين (٢%) كحد أدنى و(٤,٥%) كحد أقصى وبطلب كل يبلغ حوالي (١٢,١٧%) من إجمالي الطلب على لعب الأطفال ليحتل حجاج هذه المجموعة من الدول المرتبة الثانية من حيث طلبها الكلي.

(د) ومن جدول (٧) هناك حجاج مجموعة من الدول هي السعودية والإمارات والكويت والمغرب وطاجاكستان حيث يطلب حجاج كل دولة على حدة ١,٧% من الطلب الكلي على لعب الأطفال، ثم يأتي أخيراً حجاج مجموعة من الدول هي البحرين وسوريا والجزائر وجيبوتي وبنين ومالي وأمريكا وتوجو حيث يطلب حجاج كل دولة نسبة (٠,٨٥%) لكل منهم على حدة.

ومن جدول (٧) فإن حجاج هذه الدول الثلاث عشرة مجتمعة يتراوح طلبها ما بين (٠,٥%) كحد أدنى، (١,٧%) كحد أقصى، وبمجموع كلي حوالي ١٥,٣% من إجمالي الطلب الكلي على لعب الأطفال لكل جنسيات الحجاج في عينة الدراسة.

تركز الطلب على لعب الأطفال:

من جدول رقم (٨): تم تقسيم حجاج الدول الذين يطلبون لعب الأطفال إلى مجموعتين:

الأولى: مجموعة الحجاج ذات الطلب الأكبر على لعب الأطفال وعددهم حجاج سبع دول ويطلب كلي حوالي ٧١,٣٨% من إجمالي الطلب على لعب الأطفال لجميع حجاج العينة.

الثانية: مجموعة الحجاج ذات الطلب الأصغر على لعب الأطفال – وعدد الدول ١٧ دولة – ويطلب حجاجها حوالي ٢٨ % من إجمالي الطلب على كل لعب الأطفال.

ومن الواضح طبقاً لهذا التقسيم أن هناك تركز في الطلب على لعب الأطفال في المجموعة الأولى، ويمكن حساب معامل التركز في الطلب كما يلي:

$$\text{معامل التركز} = \frac{\text{طلب المجموعة الأكبر}}{\text{طلب المجموعة الأصغر}} = \frac{\%٧١,٣٨}{\%٢٨} = ٢,٥٥$$

وهذا المعامل يعني أن حجاج مجموعة الدول الأولى على صغر عددها – ٧ دول – يطلبون أكثر من ضعفي ونصف طلب حجاج المجموعة الثانية، بمعنى إذا كان الحاج في المجموعة الثانية يطلب ٢,٥٥ لعبة فإن الحاج في المجموعة الثانية يطلب لعبة واحدة أو مقابل كل (٠,٥٥) من اللعبة يطلبها الحاج في المجموعة الثانية يطلب الحاج في المجموعة الأولى لعبتين.

وهكذا يكشف أن الطلب على لعب الأطفال متحيز ومركز في المجموعة الأولى من الحجاج بصفة أساسية.

ثالثاً: الطلب على مجموعة السلع الكهربائية للصوتيات والمرئيات:

لنفترض أننا جمعنا السلع الكهربائية التي تؤدي وظائف متكاملة وقريبة من بعضها في الاستعمال سواء في نقل الصوت فقط من خلال المحطات الإذاعية (الراديو) أو من خلال تسجيل الصوت فقط (الكاسيت) أو من خلال نقل الصوت والصورة للقنوات التلفزيونية (التلفزيون) أو مستقبلات الإرسال الفضائي لمحطات الإذاعة والقنوات الفضائية (الرسيفر) أو أجهزة تسجيل الصوت والصورة وعرضها (الفيديو)، وأطلقنا عليها مجموعة الصوتيات والمرئيات من السلع الكهربائية.

وفي هذه النقطة نحاول بحث المجموعات الرئيسية من الحجاج الذين يطلبون مجموعة الصوتيات والمرئيات، ومن جدول (٤) اتضح لنا أن الأهمية النسبية لمكونات الطلب على مجموعة الصوتيات والمرئيات كانت على النحو التالي:

السلعة	أهميتها النسبية في الطلب على السلع الكهربائية
راديو – كاسيت	١٤,٦%
التلفاز	١٣,٢%
الفيديو	٥,٢٥%
الرسيفر	١,١٥%
كلي	٣٤,٢%

أي أن الطلب على مجموعة الصوتيات والمرئيات يزيد عن ثلث الطلب الكلي على وحدات السلع الكهربائية من التي يطلبها جميع الحجاج الذين يطلبون سلعاً كهربائية في العينة، وهي سلع يمثل ثمن الواحدة منها مبلغاً كبيراً نسبياً، مما يعني أن الإنفاق عليها يحتل نسبة كبرى من الميزانية الكلية للإنفاق على السلع الكهربائية، والسؤال الآن:

من هم المشترين الرئيسين لمجموعة الصوتيات والمرئيات من السلع الكهربائية؟

يوضح الجدول (٩)أهم الدول التي يطلب حجاجها مجموعة الصوتيات والمرئيات:

جدول (٩) الدول الرئيسية التي يطلب حجاجها مجموعة الصوتيات والمرئيات.

الدولة / السلعة	ا ند	توجو	إيران	ما	أفغانستان	بوركينافاسو	مصر	باكستان	كلي
الراديو	١٤	١٤	٥	٩	٤	١٠	٩	٧	
تلفاز	١٥	١٠	٧	٦	١٤	٦	٤	٥	
فيديو	-	-	١٢	٨	٢	-	٢	١	
رسيفر	١	٣	-	-	١	٤	١	١	
كلي	٣٠	٢٧	٢٧	٢٤	٢١	٢٠	١٦	١٤	
نسبة	%١٣,١٦	%١٠	%٩	%٨,٦	%٧,٨	%٧,٥	%٦	%٥,٢	%٦٧,٦

ومن الواضح طبقاً لبيانات هذا الجدول (٩)، أن معظم الطلب ينحصر بصفة أساسية في حجاج ٨ دول، مرتبة على النحو التالي: الهند، وتوجو، وإيران، ومالي، وأفغانستان، وبوركينافاسو، ومصر، وباكستان، طبقاً لبيانات العينة.

ويتقدم حجاج هذه لدول في طلب أجهزة الصوتيان والمرئيات حجاج الهند بنسبة ١٣,١٦% يليها حجاج توجو بنسبة ١٠%، ثم حجاج إيران ٩% ثم حجاج مالي ٨,٦% وهكذا.

وحجاج هذه الدول الثمانية يطلبون حوالي ٦٧,٦% من إجمالي عدد وحدات الصوتيات والمرئيات التي يطلبها حجاج جميع الجنسيات في عينة الدراسة.

تباين مكونات هيكل طلب حجاج الجنسيات المختلفة على مجموعة الصوتيات والمرئيات ومدى تحيزه:

رغم أن طلب حجاج الدول الثمانية يمثل ٦٧,٦% من إجمال الطلب على مجموعة الصوتيات والمرئيات من قبل كل الحجاج، إلا أن هناك تباين في هيكل طلب حجاج كل جنسية من جنسيات تلك الدول على النحو التالي:

(أ) بالنسبة لطلب حجاج الهند على مجموعة الصوتيات والمرئيات فإن هيكل الطلب يتكون بالنسبة التالية: طلب على الراديو (٤٦,٧%) وطلب على التلفاز (٥٠%) ولا يوجد طلب للحجاج الهنود على الفيديو في عينة الدراسة والطلب على أجهزة الاستقبال الفضائي (الرسيفر) يمثل ٣,٣% ومن الواضح أن هيكل طلب الحجاج الهنود متحيز اتجاه الطلب على التلفاز والراديو.

(ب) أما عن هيكل طلب حجاج دولة توجو على الصوتيات والمرئيات فيتكون من طلب على الراديو بنسبة (٥١,٨٥%) والطلب على التلفاز (٣٧%) ولا يوجد طلب لحجاج توجو على الفيديو، والطلب على أجهزة الاستقبال الفضائي (١١%)، وبذلك يتضح أن هيكل طلب حجاج توجو متحيز اتجاه الطلب على التلفاز والراديو.

(ج) أما بالنسبة لطلب حجاج إيران فإن هيكل الطلب على الصوتيات والمرئيات يتمثل في (٥٠%) للفيديو، (٢٩,٢) للتلفاز، (٢٠,٨%) للراديو بمعنى أن هيكل الطلب متحيز بصفة أساسية اتجاه الطلب على الفيديو.

(د) ويتكون هيكل طلب حجاج مالي على الصوتيات والمرئيات من (٣٩,١%) للراديو، (٣٤,٨%) للفيديو، (٢٦%) للتلفاز.

(هـ) ويتكون هيكل طلب حجاج أفغانستان على الصوتيات والمرئيات من (٦٦,٧%) تلفاز، ١٩% للراديو – كاسيت، والفيديو (٩,٥٢%) ومن الواضح أن هيكل الطلب متحيز اتجاه التلفاز.

(و) ويتحيز هيكل طلب حجاج بوركينافاسو اتجاه الراديو (٥٠%) وبنسبة ٣٠% اتجاه التلفاز، أما أجهزة الاستقبال الفضائي فتحتل ٢٠%.

(ز) أما هيكل طلب حجاج مصر فمتحيز اتجاه الراديو بنسبة ٥٦,٢٥% والنسب الأخرى معتدلة: ٢٥% للتلفاز، ١٢,٥% للفيديو، ٦,٢٥% للريسيفر.

(ح) بالنسبة لحجاج باكستان فهيكل الطلب متحيز اتجاه الراديو بنسبة (٥٠%) ، (٣٥,٧%) للتلفاز، (٧,١٤%) للفيديو، ٧,١٤% للرسيفر.

ومن بين هذه الدول الثمانية هناك ثلاث دول تتميز بتنوع هيكل الطلب على الصوتيات والمرئيات وهي: أفغانستان، ومصر، وباكستان، وبقية الدول يختفي منها أحد عناصر السلع الكهربائية، بمعنى أن هيكل طلب هذه الدول على الصوتيات والمرئيات أكبر توازناً بالمقارنة بهيكل طلب الدول الباقية سواء أكانت المجموعة الرئيسية أو الدول التي يمثل طلب حجاجها على الصوتيات والمرئيات نسباً صغيرة.

والآن نحاول تفصيل عناصر طلب حجاج الجنسيات المختلفة على كل سلعة تدخل في مجموعة الصوتيات والمرئيات.

١-طلب حجاج الجنسيات المختلفة على أجهزة الراديو – كاسيت:

بالرجوع إلى جدول رقم (٥)، يلاحظ أن هناك ١٨ دولة يطلب حجاجها سلعة الراديو – كاسيت، وهم يمثلون ٧٠% من إجمالي عدد الدول التي يطلب حجاجها سلعاً كهربائية، ويمكن تقسيم تلك الدول إلى مجموعات يوضحها الجدول رقم (١٠) ويتضح من هذا الجدول ما يلي:

جدول رقم (١٠) طلب الحجاج من مختلف الجنسيات على أجهزة الراديو

مجموعة الدول	عدد الدول	مدي نسبة الطلب	النسبة الكلية لطلب المجموعة علي الراديو كاسيت إلي طلب كل الجنسيات على نفس السلعة
الهند، أفغانستان، توجو	٣	12%-13.5%	%٣٧,٢٦
بنجلاديش،إيران،ساحل العاج، بوركينا فاسو، مالي	٥	5.5%-7.5%	%٢٩,٠٩
باكستان،مصر،بنين،السودان	٤	2.5%-4.5%	%١٤
العراق،سوريا،الجزائر،لبنان،طاجاكستان، بتسوانا	٧	2%-1.5%	%١٢,٣
الإمارات،البحرين،فلسطين،تونس،تركيا، المغرب،السنغال،بورما،البرازيل	٩	1%-0.5%	%٧,٩٥

(أ) هناك ثلاث دول وهي: الهند وأفغانستان وتوجو، يتراوح طلب كل منها على أجهزة الراديو بين (١٢%) إلى (١٣,٥%)، والنسبة الكلية المطلوبة من أجهزة الراديو إلى طلب كل الجنسيات على نفس السلعة حوالي ٣٧,٢٦%، وهي بذلك تمثل أكبر شريحة للطلب على أجهزة الراديو في إجمالي طلب كل الجنسيات التي تطلب تلك السلعة.

(ب)أن هناك خمس دول يتراوح طلب كل منها ما بين (٥,٥%) إلى (٧,٥%) وبنسبة طلب كلي حوالي (٢٩,٩%) من إجمالي الطلب على تلك السلعة، وتلك المجموعة تنتمي كل الدول فيها إلى مجموعة الدول منخفضة الدخل ما عدا إيران التي تنتمي إلى مجموعة الدول متوسطة الدخل.

(ج) هناك ٤ دول وهي مصر وباكستان وبنين والسودان يتراوح طلب حجاجها ما بين (٢,٥%) إلى (٤,٥%) وبنسبة طلب كلي (١٤%) من إجمالي طلب حجاج كل الجنسيات التي تطلب الراديو – كاسيت، وهي فيما عدا مصر من الدول منخفضة الدخل.

(د) أن حوالي ٧ دول يتراوح طلب كل منها ما بين ١,٥% إلى ٢% من إجمالي كل الجنسيات على الراديو وبنسبة كلية ١٢,٣%، ومن الواضح أن هذه تمثل نسب طلب صغيرة، ويشاركنها أيضاً المجموعة الأخيرة التي تضم ٩ دول يمثل طلبها حوالي ٨% من إجمالي طلب كل الدول على الراديو – كاسيت.

والآن نتجه لبحث مدى تركز الطلب على سلعة الراديو – كاسيت.

مدى تركز الطلب على سلعة الراديو – كاسيت:

إذا أخذنا طلب المجموعتين الأولى والثانية في جدول طلب الحجاج على الراديو، نجد أن طلبهما معاً يمثل (٦٦,٣٥%) وعدد تلك الدول ٨ دول، ونسبة تلك الدول من عدد الدول التي تطلب سلعة الراديو حوالي ٤٠% من العدد الكلي للدول التي يطلب حجاجها تلك السلعة، وبالتالي فإن ٦٠% من الدول التي يطلب حجاجها الراديو-كاسيت يطلبون ٣٣,٣% من تلك السلعة، وعلى هذا يمكن حساب معامل التركز من الجدول التالي:

جدول (١١) معامل تركز طلب حجاج الدول في سلعة الراديو

موعة الدول	عدد الدول	نسبة الطلب	معامل التركز
موعة الدول ذات الطلب الكب	٨	%٦٦,٣٥	%٣٣,٦٥ / %٦٦,٣٥ = ١,٩٧
موعة الدول ذات الطلب الصغ	٢٠	%٣٣,٦٥	
كلي	٢٨		

إن مجموعة الدول الأولى رغم صغر عددها مقارنة بكبر عدد المجموعة الثانية، فإن حجاجها يطلبون ما يعادل حوالي ضعفين طلب حجاج المجموعة الثانية، وحجاج ٨ دول يطلبون ضعفين حجاج ٢٠ دولة، بمعنى أن ٦٦,٣٥% من الطلب على أجهزة الراديو يأتي من حجاج ٨ دول فقط من إجمالي عدد ٢٨ دولة يطلب حجاجها

الراديو كاسيت، مما يعني تركز ٦٦,٣٥% من الطلب على الراديو في ٢٨,٦% من عدد مفردات عينة الدراسة، وأن ٣٣,٦٥% يأتي من ٧١,٤٣% من مفردات العينة، ولذلك هناك تركز في الطلب في حجاج المجموعة الأولى من دول عينة الدراسة.

٢- طلب حجاج الجنسيات المختلفة على التلفزيون:

بالعودة إلى جدول (٤) نجد أن طلب الحجاج على التلفزيون يمثل ١٣,٢% من الطلب الكلي للحجاج على السلع الكهربائية، وهو يمثل المركز الثالث من بين كل السلع المطلوبة من قبل الحجاج ، ويمثل المركز الثاني في طلب الحجاج على مجموعة الصوتيات والمرئيات.

ومن جدول (٥) تم استخراج الجدول رقم (١٢) وفيه تم ترتيب طلب حجاج الجنسيات على سلعة التلفزيون على أساس نسبة طلب كل جنسية على التلفزيون من الطلب الكلي على نفس السلعة، ويتضح من جدول (٨) أن حجاج الهند وتوجو يحتلون المركز الأول في طلب التلفزيون بنسبة ١٣,٥٩% لكل منهم ثم يليها حجاج بوركينافاسو بنسبة (٩,٧%) ثم مصر ومالي بنسبة ٨,٧٤% لكل منهم، ثم بنين بنسبة ٧,٧% ثم باكستان وإيران بنسبة ٦,٨% لكل منهم ثم ساحل العاج والسنغال بنسبة ٤,٨٥% لكل منهم وهكذا، فالدول مرتبة في جدول (١٢) على أساس نصيب حجاجها في الطلب على سلعة التلفزيون.

وفي جدول (١٢) تم تقسيم مجموعات الدول التي تطلب التلفزيون إلى ثلاث مجموعات حسب الوزن النسبي لطلب كل منها في هيكل الطلب على سلعة التلفزيون ومن هذا الجدول يتضح ما يلي:

(أ) المجموعة الأولى من الدول وتشمل على حجاج الهند وتوجو وبوركينافاسو ومصر ومالي وبنين وعددها ٧ دول، وهي الدول التي يطلب حجاجها نسبة حدها الأدنى ٦% وحدها الأعلى حوالي ١٤% ويمثل طلب حجاج هذه الدول في الطلب الكلي على سلعة التلفزيون ٦٨,٩%.

(ب) المجموعة الثانية وتشتمل على حجاج الدول الذين طلبهم على التلفزيون متوسط وتشتمل على حجاج إيران وساحل العاج وأفغانستان والسودان والأردن ويتراوح طلب أي منها بين حد أدنى ٢,٤% وحد أعلى ٤%، وطلب حجاج هذه الدول في الطلب الكلي ٢٥,١٣%.

(ج) المجموعة الثالثة من الدول وتشتمل على ٩ دول موضحة في الجدول ويتراوح طلب كل دولة على حدة بين ٠,٥% كحد أدنى وحد أقصى ٢% وطلبها الكلي ٦,٧% من طلب كل الحجاج على سلعة التلفزيون.

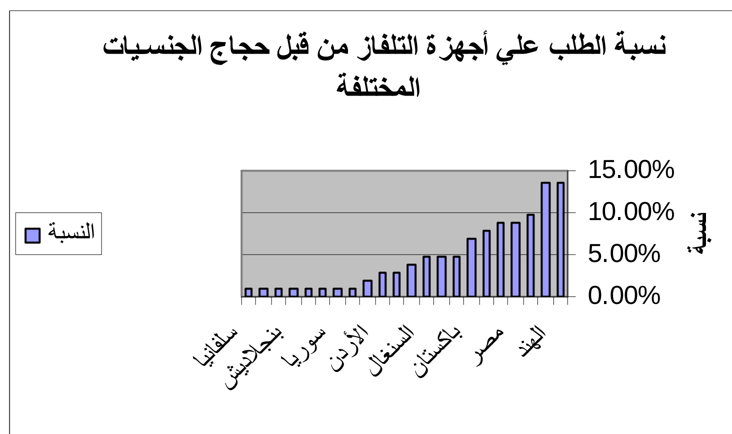
وبالنظر إلى المجموعات الثلاث نجد أن الطلب على سلعة التلفزيون يأتي بصفة أساسية من قبل حجاج المجموعة الأولى بنسبة ٦٨,٩% وأما المجموعتان الثانية والثالثة فمجموع طلبهما ٣١,٧%.

تركز الطلب على سلعة التلفزيون:

من جدول (١٢) اتضح أن الطلب على التلفزيون يأتي في معظمه من قبل المجموعة الأولى والتي تشتمل على حجاج ٧ دول فقط بينما أن المجموعتين الثانية والثالثة والتي تضم حجاج ١٥ دولة يطلبون فقط أقل من ثلث الطلب على سلعة التلفزيون، وهذا يعني أن الطلب على سلعة التلفزيون يميل إلى التركز. ولقد تم حساب معامل التركز في الطلب على سلعة التلفزيون في جدول (١٢) وهو يساوي = ٢,١٧٣٥، وهذا الرقم يعني أن حجاج ٧

جدول(١٢) نسب طلب الحجاج علي أجهزة التلفزيون

الدولة	النسبة	الدولة	النسبة	الدولة	النسبة	الدولة	النسبة	الدولة	النسبة
الهند	**13.59 %**	**بنين**	**7.77 %**	**أفغانستان**	**3.88 %**	**سوريا**	**0.97**	**نيبال**	**0.97 %**
توجو	**13.59 %**	**باكستان**	**6.8%**	**السودان**	**2.91 %**	**لبنان**	**0.97 %**	**سلفانيا**	**0.97 %**
بوركينا فاسو	**9.7%**	**إيران**	**6.8%**	**الأردن**	**2.91 %**	**اليمن**	**0.97 %**		
مصر	**8.74%**	**ساحل العاج**	**4.85 %**	**السعودية**	**0.97 %**	**بنجلاديش**	**0.97 %**		
مالي	8.74%	السنغال	4.85%	الكويت	0.97%	فرنسا	0.97%		



جدول(١٣) تقسيم مجموعات الدول حسب طلب الحجاج علي التلفزيون كنسبة من الطلب الكلي

المجموعة	عدد	مدي نسبة الطلب	الطلب الكلي للمجموعة
الهند،توجو،بوركينا فاسو،مصر،مالي،بنين	**7**	**6%-14%**	**68.9%**
إيران،ساحل العاج،السنغال،أفغانستان،السودان،الأردن	**6**	**2.5%-4%**	**25.13%**
السعودية،الكويت،سوريا،لبنان،اليمن،بنجلاديش،فرنسا،نيبال،سلفانيا	**9**	**2%-0.5%**	**6.7%**

جدول(١٤) معامل التركز في طلب التلفزيون

مجموعة الدول	نسبة الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	**68.9%**	$\frac{68.9\%}{31.7\%} = 2.1735$
ذات الطلب الأصغر	**31.7%**	

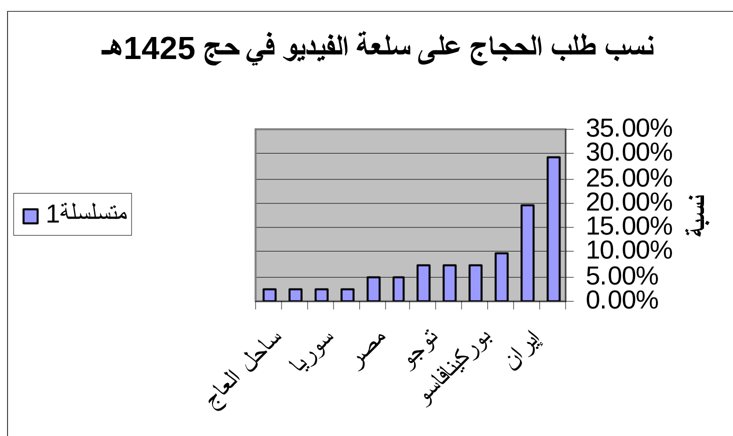
دول يطلبون من سلعة التلفزيون أكثر من ضعف طلب حجاج ١٥ دولة في نفس السلعة، فإذا كان نصيب الحاج في المجموعة الأولى ٢ تلفزيون في المتوسط فإن الحاج الواحد في المجموعة الثانية يقل نصيبه عن تلفزيون في هيكل الطلب على سلعة التلفزيون (في حدود ٠,١٧٣٥ من التلفزيون)، ويلاحظ أن المجموعة الأولى ما زالت تضم نفس الدول التي تتميز بطلب مرتفع على كل الأجهزة الكهربائية بصفة عامة.

٣-- طلب الحجاج على سلعة الفيديو:

يوضح الجدول(١٥) النسب المختلفة لطلب حجاج كل جنسية من الجنسيات المختلفة على سلعة الفيديو كنسبة من الطلب الكلي على الفيديو ومن هذا الجدول يتضح ما يلي:

جدول(١٥) نسب طلب حجاج الجنسيات المختلفة على أجهزة الفيديو كنسبة من الطلب الكلي على الفيديو

الدولة	نسبة	الدولة	نسبة
إيران	٢٩,٣%	أفغانستان	٤,٩%
مالي	١٩,٥١%	مصر	٤,٩%
بوركينا فاسو	٩,٧٦%	سوريا	٢,٤%
السنغال	٧,٣٢%	باكستان	٢,٤٤%
توجو	٧,٣٢%	ساحل العاج	٢,٤٤%
بنين	٧,٣٢%	طاجاكستان	٢,٤٤%



جدول(١٦) الطلب على الفيديو حسب مجموعات الدول

مجموعة الدول	عدد	مدي الطلب	النسبة الكلية
إيران ،مالي،بوركينافاسو ،السنغال،توجو ،بنين،	٦	7%-30%	80.53%
مصر ،أفغانستان،سوريا،باكستان،ساحل العاج،طاجاكستان	٦	2%-5%	19.47%

جدول(١٧)معامل التركز في طلب الفيديو

المجموعة	نسبة الطلب	معامل التركز في طلب الفيديو
مجموعة الدول ذات الطلب الأكبر	%٨٠,٥٣	$\frac{80.53\%}{19.47\%} = 4.14$
مجموعة الدول ذات الطلب الأصغر	%١٩,٤٧	

(أ) أن الحجاج الإيرانيون طلبوا أقل قليلاً من ثلث الطلب الكلي على سلعة الفيديو الذي طلبه الحجاج من كل الجنسيات في عينة الدراسة، فقد بلغت نسبة ما طلبه حجاج إيران من الطلب الكلي على الفيديو (٢٩,٣%) وربما يعزى هذا إلى صغر الإنتاج المحلي من الفيديو في إيران أو أن أسعار الفيديو في المملكة أرخص.

(ب) أن حجاج مالي يطلبون حوالي خمس الطلب الكلي للفيديو في عينة الدراسة، وستعرف فيما بعد إذا كان معظم هذا الطلب هو هدية أم للاستعمال الخاص أم لإعادة البيع في السوق المالي، لأن مالي تعرف بأنها دولة صحراوية منخفضة الدخل.

(ج) أن هناك الدول الأخرى من بوركينافاسو (٩,٧٦%) إلى السنغال (٧,٣٢%) إلى أفغانستان (٤,٩%) ثم سوريا (٢,٤%) تتميز بنسب صغيرة للطلب على الفيديو.

وطبقاً لتلك البيانات تم تصنيف الدول إلى مجموعتين في جدول (١٦) المجموعة الأولى: وتشتمل على حجاج إيران ومالي وبوركينافاسو والسنغال وتوجو وبنين وعددها ٦ دول ويتراوح مدن طلبها بين ٧% كحد أدنى، ٣٠% كحد أقصى، ويصل طلب الدول الستة الكلي سلعة الفيديو إلى ٨٠,٥٣% بمعنى أن معظم الطلب على الفيديو يأتي من قبل هذه المجموعة.

المجموعة الثانية: وتشتمل على ٦ دول أيضاً وهي مصر وأفغانستان وباكستان وساحل العاج وطاجاكستان وطلبها يتراوح بين حد أدنى (٢%) وحد أقصى (٥%) ومجموع الطلب الكلي للدول الست على سلعة الفيديو حوالي خمس الطلب الكلي على سلعة الفيديو، وهذا المجموع يقل عن طلب دولة مثل حجاج دولة مثل مالي، مما يدل على تركز الطلب على الفيديو في مكة من الدول.

ومن جدول (١٧) يتضح أن معامل التركز في طلب الفيديو = ٤,١٤ بمعنى أن طلب حجاج المجموعة الأولى ذات الطلب الأكبر على الفيديو يعادل تقريباً أربعة أمثال طلب حجاج المجموعة الثانية، بمعنى أنه مقابل كل فيديو يطلبه الحاج من حجاج المجموعة الأولى فإن الحاج في المجموعة الثانية يطلب ربع فيديو، مما يشير إلى أن أربعة أخماس الطلب على الفيديو مركز في مجموعة معينة من حجاج الدول الإسلامية لا يتعدى عددها طبقاً لبيانات عينة الدراسة عن حجاج ٦ دول.

٤- الطلب على الرسيفر (جهاز الاستقبال الفضائي):

الرسيفر: هو جهاز الاستقبال الفضائي لقنوات التلفزيون ومحطات الإذاعة، وهو جهاز مطلوب لأن فوائد كبيرة لمختلف الأفراد، ويختلف تفضيل الأفراد وفقاً للمنفعة المتوقعة من وراء جهاز الاستقبال الفضائي، ومن ثم يختلف طلبهم علي تلك السلعة .

والطلب على الرسيفر يتحقق من قبل حجاج تسع دول وهي: الأردن، والبحرين، ولبنان، ومصر، وأفغانستان، وباكستان، والهند، وبنجلاديش، ونيبال، وكل منها يطلب ١١,١%، ونسب الطلب متساوية من قبل حجاج كل دولة وبالتالي لا يوجد تركز في الطلب، ولكن الملاحظ أن الطلب على أجهزة الرسيفر منخفض مقارناً بالطلب على التلفزيون والفيديو والراديو.

رابعاً: الطلب على التليفونات:

يحتل الطلب على التليفونات المركز الثالث من حيث الأهمية النسبية بنسبة ١٢,٤٢% من إجمالي الطلب على السلع الكهربائية طبقا لبيانات جدول(٤) ، والطلب على التليفونات من قبل الحجاج المختلفين يأتي من قبل ٢٨ جنسية من الجنسيات المختلفة، وذلك من إجمالي ٤٠ جنسية تطلب سلعاً كهربائية وذلك بنسبة ٧٠% من أعداد الجنسيات التي تطلب سلعاً كهربائية.

ومن جدول رقم ١٨) الذي يوضح النسب التي يطلبها حجاج الجنسيات المختلفة من التليفونات، يتضح ما يلي:

جدول(١٨) نسب الطلب على التليفونات لحجاج الجنسيات المختلفة

مجموعة الدول	عدد الدول	نسبة الطلب	نسبة طلب المجموعة ككل
مالي،بنين	٢	9.3%	18.6%
الهند ،إيران	٢	8.5%	16.5%
الأردن، أفغانستان	٢	6.19%	12.38%
لبنان، باكستان	٢	5.15%	%10.3%
سوريا، مصر،توجو	٣	4.12%	12.36%
الكويت،نيبال،بوركينا فاسو	٣	3.1%	9.3%
اليمن،ليبيا، السنغال،بورما،ساحل العاج،طاجاكستان	٦	2.1%	12.26%
الإمارات،قطر، العراق فلسطين، الجزائر،بنجلاديش، تنزانيا،فرنسا	٨	1.03%	8.24%

جدول(١٩) معامل التركز في الطلب على التليفونات

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	١١	70%	$\frac{70\%}{30\%} = 2.33$
ذات الطلب الأصغر	١٧	30%	

(أ) أن الطلب على التلفونات يتحقق من شريحة عريضة من حجاج الدول المختلفة يأتي في مقدمتها حجاج مالي وبنين بنسبة ٩,٣% لكل منهم وبمجموع ١٨,٦% لحجاج الدولتين معاً ويليهما حجاج الهند وإيران بنسبة ٨,٥% لكل منهم وبمجموع ١٧% للدولتين معاً، ولحجاج الأردن وأفغانستان بنسبة ٦,١٩%لكل منهم وبنسبة ١٢,٣٨% لحجاج الدولتين معان يليهما حجاج لبنان وباكستان وبنسبة ٥,١٥% لكل منهم وبمجموع ١٠,٣% للدولتين ثم يأتي حجاج ثلاث جنسيات هي سوريا ومصر وتوجو بنسبة ١٢,٣٦% وبمجموع ٧٠% لهذه الدول وعددها ١١ دولة.

(ب) وفي مجموعة الحجاج منخفضة الطلب على التليفونات نجد حجاج ثلاث دول هي: الكويت، ونيبال، وبوركينافاسو بنسبة طلب ٣,١% لكل وبمجموع ٩,٣% يليها حجاج ٦ دول هي اليمن وليبيا والسنغال وبورما وساحل العاج وطاجاكستان بنسبة طلب ٢,١% وبمجموع ١٢,٢٦% ثم في المركز الأخير حجاج ٨ دول موضحة في آخر صف في الجدول بنسبة طلب لكل منها ١,٠٣% وبمجموع طلب ٨,٢٤% ومجموع طلب هذه الدول التي يبلغ عددها ١٧ دولة = ٣٠% من إجمالي الطلب على سلعة التليفونات.

ومن جدول (١٩) نجد أن المجموعة الأولى من الحجاج هي المجموعة ذات الطلب الأكبر على التليفونات وتطلب ٧٠% وعددها ١١ دولة، والمجموعة الثانية هي المجموعة ذات الطلب الأصغر وعددها ١٧ دولة وتطلب ٣٠% ومن ثم يكون معامل التركز في الطلب على التلفونات = ٢,٣٣ فطلب المجموعة الأولى (١١ جنسية) = ضعفي وثلث طلب حجاج المجموعة الثانية (١٧ جنسية) على التلفونات مما يعني أن حجاج المجموعة الأولى لها ميل أكبر لطلب التلفونات بالمقارنة بالمجموعة الثانية.

خامساً: الطلب على أجهزة التصوير (الكاميرات):

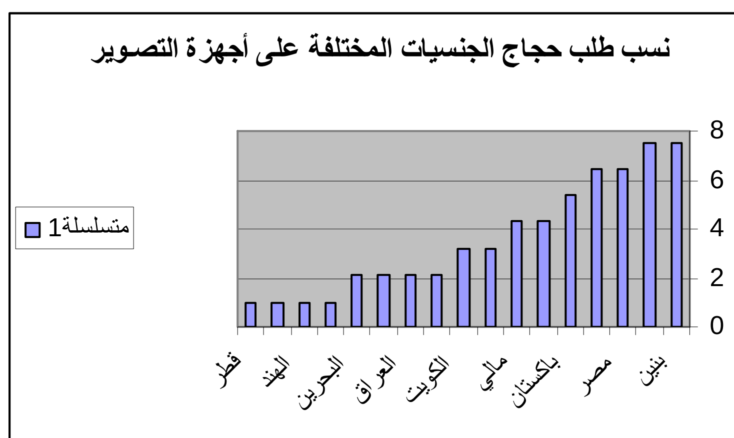
إذا رجعنا إلى جدول (٤) نجد أن الطلب على أجهزة التصوير (الكاميرات) يحتل المنزلة الرابعة في سلم تفضيل حجاج الجنسيات المختلفة للسلع الكهربائية، بنسبة طلب حوالي (١٢%) من الطلب على كل وحدات الأجهزة الكهربائية المطلوبة في موسم حج عام ١٤٢٥هـ.

وفيما يلي يتضح توزيع هذا الطلب على حجاج الجنسيات المختلفة، ثم نوضح مدى تركز الطلب على أجهزة التصوير، ويقصد بالتركز هنا نسبة طلب حجاج مجموعة من الدول لأجهزة التصوير، وهي الدول التي يطلب حجاجها النسبة الأكبر، إلى طلب حجاج بقية الدول وهي التي يطلب حجاج كل منها نسبة صغيرة.

ولنعود إلى جدول (٥) والذي يوضح الطلب على أنواع السلع الكهربائية حسب الجنسية، فنعرف منه عدد الكاميرات المطلوبة من قبل حجاج كل جنسية على حدة، والبيانات الواردة في جدول (٢٠) توضح النسب المئوية لطلب كل جنسية مرتبة حسب حجم الطلب من قبل حجاج كل دولة من الدول التي يطلب حجاجها السلع الكهربائية للتصوير، والشكل البياني المرفق يوضح تلك النسب أيضاً.

جدول(٢٠)الطلب علي أجهزة التصوير(نسب مئوية من الطلب الكلي علي أجهزة التصوير)%

الدولة	عدد الأجهزة	النسبة	الدولة	عدد الأجهزة	النسبة
إيران	٢٠	٢١,٥%	ساحل العاج	٣	٣,٢٢%
أفغانستان	٧	٧,٥٣%	الكويت	٣	٣,٢٢%
بنين	٧	٧,٥٣%	تونس	٢	٢,١٥%
توجو	٧	٧,٥٣%	العراق	٢	٢,١٥%
مصر	٦	٦,٤٥%	المغرب	٢	٢,١٥%
بوركينا فاسو	٦	٦,٤٥%	البحرين	٢	٢,١٥%
باكستان	٥	٥,٣٨%	السودان	١	١%
لبنان	٤	٤,٣%	الهند		١%
مالي	٤	٤,٣%	عمان		١%
السعودية	٣	٣,٢٢%	قطر		١%



ومن جدول (٢٠) نلاحظ ما يلي:

(أ) يحتل الحجاج الإيرانيون المركز في طلب أجهزة التصوير وبنسبة ٢١,٥% من الطلب الكلي على أجهزة التصوير، وهذا يعني أن حجاج إيران بمفردهم يطلبون أكثر من خمس الطلب على أجهزة التصوير خلال موسم حج ١٤٢٥هـ طبقاً لبيانات عينة الدراسة.

(ب) ويأتي في المركز الثاني حجاج ثلاث دول هي أفغانستان وبنين وتوجو وبنسبة طلب ٧,٥٣% لكل منهم، بمعنى أن حجاج الدول الثلاث معاً يطلبون حوالي٢٢,٦%من إجمالي الطلب على أجهزة التصوير خلال نفس الموسم المذكور، ،هذا الطلب يزيد عن خمس ويقل عن ربع الطلب الكلي على أجهزة التصوير من قبل حجاج كل الجنسيات.

(ج) وفي المركز الثالث يأتي حجاج مصر وبوركينافاسو بنسب طلب لكل حوالي ١٣%لكل منهم من الطلب الكلي على أجهزة التصوير لجميع الحجاج في العينة.

(د) ويحتل حجاج باكستان المركز الرابع بنسبة طلب ٥,٣٨% من طلب كل الحجاج على أجهزة التصوير، ويليهم في المركز الخامس حجاج كل من لبنان ومالي حيث يطلب حجاج كل من لدولتين كل على حدة حوالي ٤,٣% من إجمالي طلب حجاج كل الجنسيات على أجهزة التصوير، وبذلك يطلب حجاج الدول الثلاث حوالي ١٤% من الطلب الكلي على أجهزة التصوير.

(هـ) ويحتل المركز السادس حجاج ثلاث دول هي: السعودية، وساحل العاج، والكويت بنسبة طلب ٣,٢٢% لحجاج كل جنسية على حدة، وبمجموع ٩,٧% لحجاج الدول الثلاث، ثم في المركز السابع يأتي حجاج أربع دول وهي: تونس، والعراق، والمغرب، والبحرين بنسبة ٢,١٥% لكل منهم، وبمجموع ٨,٥%، ثم في المركز الأخير يأتي حجاج دول مثل: السودان، والهند، وعمان، وقطر بنسبة طلب حوالي ١% لكل منهم.

درجة تركز الطلب على الأجهزة الكهربائية للتصوير:

من الملاحظ أن الطلب على الأجهزة الكهربائية من قبل حجاج كل جنسية كنسبة الطلب الكلي على تلك الأجهزة من قبل حجاج كل الجنسيات يتفاوت بحيث نجد أن الطلب يتركز في مجموعة من حجاج دول معينة خلال موسم الحج (١٤٢٥هـ)، فهناك ٤٠ دولة يطلب حجاجها السلع الكهربائية عموماً، منهم حجاج ٢٤ دولة يطلب حجاجها أجهزة التصوير الكهربائية بنسبة ٦٠%، ومن تلك النسبة نجد أن الطلب على الأجهزة الكهربائية يتفاوت تفاوتاً كبيراً ما بين حجاج كل دولة وأخرى، فحوالي ٧١% من الطلب على الأجهزة الكهربائية للتصوير يتركز في حجاج ٣٧,٥% من الدول التي يطلب حجاجها السلع الكهربائية، وحوالي ٢٩% من الطلب على الأجهزة الكهربائية للتصوير يتركز (يتوزع) على حجاج ١٥ دولة (من ٢٤ دولة) وهي تمثل ٦٥,٥% من الدول التي يطلب حجاجها الأجهزة الكهربائية للتصوير.

وهذا يكشف أنه لا يوجد توافق وتناظر بين نسبة الدول التي يطلب حجاجها أجهزة التصوير، ونسبة الطلب على تلك الأجهزة من الطلب الكلي عليها من قبل حجاج كل الجنسيات في العينة، ومعامل التركز يقاس – هنا – بنسبة طلب الدول التي تطلب حجماً أكبر للطب إلى نسبة طلب الدول التي يطلب حجاجها حجماً أصغر من أجهزة التصوير، كما يوضحه الجدول التالي:

جدول(٢١)معامل التركز في طلب الفيديو

المجموعة مجموعة الدول	عدد الدول	نسبة الطلب	معامل التركز في طلب الفيديو
مجموعة الدول ذات الطلب الأكبر	٩	%٧١	$\frac{71\%}{29\%} = 2.45$
مجموعة الدول ذات الطلب الأصغر	١٥	%١٩,٤٧	

وهذه النتيجة تقرر أن حجاج تسع دول (والذين يمثلون ٣٧,٥% من عدد الدول التي تطلب أجهزة التصوير)، يطلبون أكثر من ضعفي حجاج ١٥ دولة (يمثلون ٦٥,٥% من عدد الدول التي يطلب حجاجها أجهزة تصوير)، بمعنى أن معظم الطلب (٧١%) يتركز في ٣٧,٥% من الدول التي يطلب حجاجها أجهزة التصوير.

سادساً: الطلب على المكواة الكهربائية:

يحتل طلب الحجاج على المكواة المركز السادس من حيث الأهمية النسبية، وذلك بنسبة ٨,٨٣% من إجمالي الطلب على كل وحدات السلع الكهربائية وذلك طبقاً لبيانات جدول (٤)، ومن بيانات جدول (٥) نجد أن الطلب على المكواة يأتي من قبل ١٣ جنسية من جنسيات الحجاج.

جدول(٢٢) نسب طلب الحجاج على المكواة

المجموعة	عدد الدول	نسبة الطلب	الطلب الكلي للمجموعة
الهند	1	43.48%	43.48%
أفغانستان	1	13%	13%
إيران	1	10.14%	10.14%
باكستان	1	8.7%	8.7%
مصر، نيبال	2	5.8%	11.6%
لبنان، بوركينافاسو	2	2.9%	5.8%
جيبوتي،الإمارات،بنجلاديش،طاجاكستان،بتسوانا	5	1.45%	7.25%

جدول(٢٣) معامل التركز في الطلب على المكواة

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	٥	75.3%	$\frac{75.3}{24.65\%} = 3.1$
ذات الطلب الأصغر	9	24.65%	

ومن جدول (٢٢) يمكن لنا أن نقسم مجموعات الجنسيات التي تطلب المكواة إلى سبع مجموعات على النحو التالي:

(أ) تأتي الهند في مقدمة الدول التي يطلب حجاجها المكواة، وذلك بنسبة طلب ٤٣,٤٨% من إجمالي الطلب على المكواة من قبل جميع الحجاج في عينة الدراسة، يليها حجاج أفغانستان بنسبة طلب أقل كثير (١٣%) ثم حجاج إيران بنسبة (١٠,١٤%) ثم حجاج باكستان (٨,٧%).

وإذا جمعنا طلب حجاج هذه الدول الأربع وجدنا أنه حوالي ٧٥,٣٢% من إجمالي الطلب على المكواة لجميع الحجاج في العينة ولهذا فإن هذه هي مجموعة الدول ذات الطلب الأكبر طبقاً لبيانات جدول (١٩).

(ب) وأما عن حجاج مجموعة الدول ذات الطلب الأصغر، فإننا من جدول (١٨) نجد حجاج مصر ونيبال بنسبة طلب لكل منهم حوالي ٥,٨% وحجاج لبنان وبوركينافاسو بنسبة طلب (٢,٩%) لكل منهم ثم أخيراً حجاج جيبوتي والإمارات وبنجلاديش وطاجاكستان بوتسوانا بنسبة طلب ١,٤٥% لكل منهم، وطبقاً لجدول (١٩) فإن مجموع طلب هذه المجموعة حوالي ٢٤,٦٥% من إجمالي طلب كل الحجاج على المكواة.

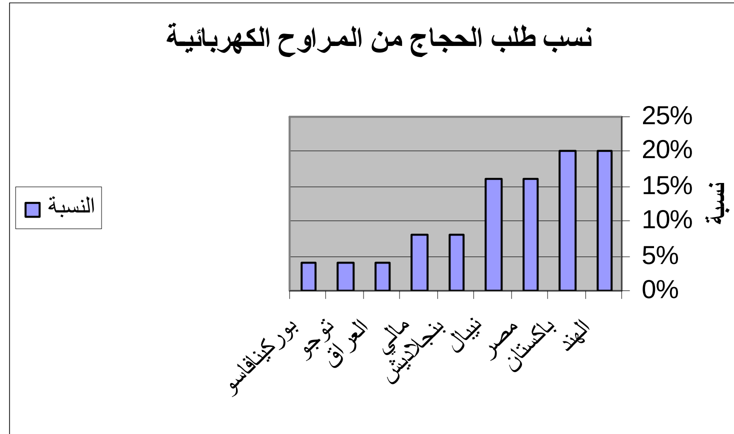
(ج) وعلى هذا فإن هناك تركز في طلب المكواة ومعامل التركز=٣,١ طبقاً لجدول (٢٣) بمعنى أن طلب حجاج خمس دول يزيد عن ثلاثة أمثال طلب حجاج ٩ دول، بمعنى أنه إذا كان الحاج يشتري ثلاث مكواة في المجموعة الأولى فإن الحاج يشتري في المجموعة ذات الطلب الأصغر أقل قليلاً من مكواة.

سابعاً: الطلب على المراوح الكهربائية:

من جدول (٤) اتضح أن الطلب على المراوح الكهربائية بواسطة الحاج يمثل المركز السابع من حيث الأهمية النسبية لطلب السلع الكهربائية الفردية والوزن النسبي لهذا الطلب حوالي (٣,٥%) من إجمالي الطلب على وحدات السلع الكهربائية. ومن الجدول رقم (٢٤) يتضح أن الطلب على المراوح الكهربائية مصدرة حجاج الجنسيات التالية:

جدول (٢٤) نسب الطلب على المراوح الكهربائية

الدولة	النسبة
الهند	20%
باكستان	20%
مصر	16%
نيبال	16%
بنجلاديش	8%
مالي	8%
العراق	4%
توجو	4%
بوركينافاسو	4%



جدول(٢٥) مجموعات الدول التي يطلب حجاجها المراوح الكهربائية

المجموعة	العدد	مدي نسب الطلب	المجموع	معامل التركز
الهند،باكستان،،مصر، نيبال	٤	16%-20%	72%	$\frac{72\%}{32\%} = 2.25$
بنجلاديش،مالي،العراق،توجو، بوركينافاسو	٥	4%-8%	32%	

(أ) الهند وباكستان: ويطلب حجاج كل دولة على حدة حوالي ٢٠% من الطلب الكلي على المراوح، بمعنى أن حجاج الدولتين يطلبان حوالي ٤٠% من الطلب الكلي على المراوح الكهربائية.

(ب) وفي المركز الثالث والرابع يأتي حجاج مصر بنسبة (١٦%) وحجاج نيبال بنسبة (١٦%) أيضاً، وهذا يعني أن طلب حجاج هاتين الدولتين معاً حوالي ٣٢%.

وهذا يعني أن حجاج الدول الأربع معاً يطلبون حوالي ٧٢% من الطلب الكلي على المراوح من قبل حجاج كل الجنسيات في عينة الدراسة، وربما يلاحظ أن الدول الأربع تقع في المنطقة المدارية الحارة والتي يكثر فيها الطلب على الأجهزة التي تلطف الجو، ونظراً لقصور الإمكانيات لدى غالبية الأفراد في تلك الدول عن طلب التكييف، فإن الطلب على المراوح يصبح هو البديل الأرخص نسبياً.

(ج) وفي المركز الخامس والسادس حجاج بنجلاديش (٨%) ومالي (٨%) بمجموع طلب كلي لحجاج الدولتين معاً (١٦%)، وهما أيضاً من دول المناطق الحارة، بنجلاديش في المنطقة المدارية الرطبة في جنوب شرق آسيا ومالي دولة صحراوية.

(د) وفي المراكز الثلاث الأخيرة يأتي حجاج العراق وتوجو وبوركينافاسو بنسبة ٤% لكل دولة على حدة.

ويلاحظ أن الطلب على المراوح الكهربائية مركزة في حجاج ٩ دول من عدد ٤٠ جنسية في العينة وبنسبة ٢٢,٥% من عدد الجنسيات في عينة الدراسة، ليس هذا فقط بل إنه كما يتضح من جدول (٢٥) فإن ٧٢% من الطلب على المراوح في عينة الدراسة من قبل حجاج ٥ دول بنسبة ٥٥,٥٦% ولهذا فإن معامل التركز = ٢,٥٧ بمعنى أن حجاج المجموعة الأولى من الدول يطلبون أكثر من ضعفين ونصف قدر حجاج المجموعة الأولى.

ثامناً: الطلب الغسالات الكهربائية:

من جدول (٤) فإن الطلب على الغسالات من قبل جميع الحجاج في عينة الدراسة يحتل المركز النسبي الثامن بنسبة طلب ٣,٢% وهو في ذلك يشارك المراوح الكهربائية في نفس المركز، وبذلك يمكن القول أن الطلب على الغسالات يحتل المركز السابع مكرر.

ويوضح جدول (٥) الجنسيات التي تطلب الغسالات، وقد تم تقسيم تلك الدول في جدول (٢٦) إلى مجموعتين:

المجموعة الأولى: وتشتمل على حجاج الهند وباكستان ونيبال وبنجلاديش وعددها (٤) دول ويقع طلب كل منها بين ٨% كحد أدنى، ٣٠% كحد أقصى وبمجموع طلب حوالي ٨٠% من الطلب الكلي على الغسالات من قبل حجاج عينة الدراسة، وهذه هي مجموعة الدول ذات الطلب الأكبر في جدول (٢٧).

جدول(٢٦) نسب طلب الحجاج علي الغسالات

الدول أو مجموعة الدول	عدد	نسبة الطلب لكل دولة	الطلب الكلي للمجموعة
الهند،باكستان، نيبال بنجلاديش	5	8%-36%	80%
توجو، بتسوانا، السعودية، الإمارات، العراق	5	4%	20%

جدول(٢٧) معامل التركز في الطلب على الغسالات

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	5	80%	$\frac{80\%}{20\%} = 4$
ذات الطلب الأصغر	5	20%	

المجموعة الثانية: وتشتمل على حجاج خمس دول أيضاً وهي توجو وبتسوانا والسعودية والإمارات والعراق، وذلك بنسبة طلب ٤% لكل منها وبالتالي يكون إجمالي طلب تلك الدول ٢٠% من الطلب الكلي على الغسالات المطلوبة من قبل كل حجاج عينة الدراسة، وهذه هي مجموعة الدول ذات الطلب الأصغر في جدول (٢٦).

ومن جدول (٢٧) نجد أن معامل تركز الطلب على الغسالات = ٤، بمعنى أن طلب المجموعة الأولى من الطلب أربعة أمثال طلب حجاج المجموعة الثانية على سلعة الغسالات.

تاسعاً: الطلب على الخلاطات المنزلية:

من جدول (٤) يحتل الطلب على الخلاطات المركز التاسع في طلب الحجاج على السلع الكهربائية بنسبة حوالي ٣,٠٧% من إجمالي الطلب على السلع الكهربائية من قبل كل الحجاج في عينة الدراسة.

ويوضح جدول (٥) توزيع الطلب على حجاج الجنسيات المختلفة، ومن هذا الجدول تم تكوين جدول رقم (٢٨) الذي يوضح نسب طلب حجاج الجنسيات المختلفة على الخلاطات، ومن جدول (٢٨) يتضح أن الطلب على الخلاطات يأتي من قبل المجموعات الآتية:

جدول(٢٨) نسب طلب الحجاج علي الخلاطات

الدول أو مجموعة الدول	عدد	نسبة الطلب لكل دولة	الطلب الكلي للمجموعة
مصر	١	45.83%	45.83%
إيران	١	12.5%	12.5%
لبنان،باكستان ،أفغانستان	٣	8.32%	25%
البحرين،العراق،تونس ،الهند	١	4.16%	16.64%

جدول(٢٩) معامل التركز في الطلب على الخلاطات

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	2	58.33%	$\frac{58.33\%}{41.46\%} = 1.4$
ذات الطلب الأصغر	7	41.46%	

(أ) يحتل حجاج مصر المركز الأول في طلب الخلاطات بنسبة طلب حوالي ٤٥,٨٣% من إجمالي طلب كل الجنسيات في العينة – على الخلاطات.

(ب) يأتي حجاج إيران في المركز الثاني في الطلب على الخلاطات بنسبة ١٢,٥%، وبذلك فإن حجاج مصر وإيران في عينة الدراسة يطلبون حوالي ٥٨,٣٣% من إجمالي الطلب على الخلاطات من قبل كل الجنسيات في عينة الدراسة، وقد أطلقنا على طلب حجاج هاتين الدولتين المجموعة ذات الطلب الأكبر طبقاً لجدول (٢٥).

(ج) وبقية الطلب – في عينة الدراسة – يأتي من قبل حجاج مجموعتين من الدول الأولى تشتمل على حجاج لبنان وباكستان وأفغانستان بنسبة طلب لكل منهم حوالي ٨,٣٢% وبمجموع حوالي ٢٥% والثانية: تشتمل على حجاج البحرين والعراق وتونس والهند وبنسبة طلب ٤,١٦% لحجاج كل جنسية وبمجموع ١٦,٦٤%.

ومجموع طلب السبع دول حوالي ٤١,٤٦% من إجمالي الطلب على الخلاطات في عينة الدراسة.

(د) ومن جدول (٢٩) يتضح أن معامل التركز في الطلب على الخلاطات (١,٤) بمعنى أن حجاج دولتين يطلبان حوالي ١,٤% قدر حجاج سبع دول وهو معامل تركز ليس مرتفعاً مقارناً بالسلع الكهربائية الأخرى.

عاشراً: الطلب على المكنسة الكهربائية:

يحتل الطلب على المكنسة الكهربائية المركز العاشر في هيكل طلب الحجاج على السلع الكهربائية وذلك بنسبة طلب حوالي ٣,٠٧% والمركز التاسع مكرر مع الخلاطات، طبقاً لبيانات جدول (٤).

ويوضح جدول (٥) توزيع الطلب على المكنسة الكهربائية على الجنسيات المختلفة، ومن جدول (٥) تم تكوين جدول رقم (٣٠) الذي يوضح نسب طلب حجاج الجنسيات المختلفة على المكانس الكهربائية ومنه يتضح ما يلي:

جدول(٣٠) نسب طلب الحجاج علي المكنسة

الدول أو مجموعة الدول	عدد	نسبة الطلب لكل دولة	الطلب الكلي للمجموعة
باكستان	١	20.8%	20.8%
إيران	١	16.6%	16.6%
مصر ،أفغانستان ، الهند	٣	12.5%	37.5%
لبنان	١	8.3%	8.3%
سوريا،العراق،اليمن،بتسولنا	٤	4.16%	16.64%

جدول٣١)معامل التركز في الطلب على المكنسة

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	٥	74.9%	$\frac{74.9\%}{25.1\%} = 2.9$
ذات الطلب الأصغر	5	25.1%	

(أ) يحتل المركز الأول في الطلب على المكانس الكهربائية حجاج باكستان بنسبة طلب حوالي ٢٠,٨% يليهم حجاج إيران بنسبة طلب ١٦,٦%، ثم حجاج ثلاث دول هي مصر وأفغانستان والهند بنسبة طلب ١٢,٥% لكل منهم، ومجموع طلب حجاج الدول الخمس حوالي ٧٤,٩% وهي المجموعة ذات الطلب الأكبر طبقاً لبيانات جدول (٢٧).

(ب) وأما عن المجموعة ذات الطلب الأصغر على المكانس الكهربائية فيأتي حجاج لبنان بنسبة طلب ٨,٣% ثم حجاج أربع دول هي سوريا والعراق واليمن وبتسوانا بنسبة طلب ٤,١٦% لكل منهم ومجموع طلب الدول الخمس معاً حوالي ٢٥,١% وهي المجموعة ذات الطلب الأصغر طلب لبيانات جدول (٣٠).

(ج) وطبقاً لجدول (٣١) فإن معامل التركز في الطلب على المكنسة الكهربائية (٢,٩) مما يشير إلى أن طلب الدول الخمس الأولى حوالي ثلاثة أمثال طلب الدول الخمس الأخيرة.

حادي عشر: طلب الحجاج على الثلاجات:

يحتل الطلب على الثلاجات المركز الحادي عشر في طلب الحجاج على السلع الكهربائية وبنسبة ١,٨%، ويبدو أن الحجاج لا يميلون إلى شراء ثلاجات من السعودية في فترة الحج لأنها سلعة ثقيلة الوزن يحتاج نقلها إلى تكلفة نقل وإجراءات شحن واستلام وغيرها، ولهذا ينخفض الطلب على الثلاجات مقارن بالسلع الأخرى خفيفة الوزن.

وطبقاً لبيانات جدول (٥) فإن الطلب على الثلاجات يتوزع على ثمان جنسيات في عينة الدراسة وجدول (٣٢) يوضح تقسيم جنسيات الحجاج إلى مجموعات هي:

جدول(٣٢) نسب طلب الحجاج علي الثلاجة

الدول أو مجموعة الدول	عدد	نسبة الطلب لكل دولة	الطلب الكلي للمجموعة
باكستان	١	35.7%	35.7
الهند	1	21.4%	21.4%
مالي ، العراق،اليمن،مصر،المغرب،توجو	٦	7.14%	42.84%

جدول(٣٣) معامل التركز في الطلب على الثلاجة

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	٢	%78.54	$\frac{78.54.1\%}{42.84\%} = 1.83$
ذات الطلب الأصغر	٦	٤٢,٨٤	

المجموعة الأولى: وتشتمل على حجاج باكستان الذين يطلبون ٣٥,٧% وحجاج الهند الذين يطلبون ٢١,٤% ومجموع طلب حجاج الدولتين حوالي ٧٨,٥٤% من إجمالي طلب جميع الجنسيات على الثلاجات كما في جدول (٢٩).

المجموعة الثانية: وتشتمل على حجاج ست دول هي مالي والعراق واليمن ومصر والمغرب وتوجو بنسبة طلب ٤,١٧% لكل جنسية وبإجمالي ٢٥,٠٢% كما في جدول (٢٩).

ومعامل التركز في الطلب على الثلاجات = ١,٨٣ بمعنى أن حجاج دولتين يطلبون قدر حجاج ٦ دول في العينة ١,٨٣ مرة، وهذا يعني ميل كبير للطلب على الثلاجات للتركز في عدد قليل من حجاج دول معينة.

ثاني عشر: الطلب على السخان الكهربائي:

يحتل الطلب على السخان الكهربائي المركز الكهربي الثاني عشر طبقاً لبيانات جدول (٤)بنسبة طلب ١,٤١% من إجمالي الطلب على السلع الكهربائية.

ويوضح جدول (٥) توزيع هذا الطلب على الجنسيات المختلفة التي تطلب السخان الكهربائي، ومن جدول (٥) تم تكوين جدول (٣٤) ومنه يتضح أن الطلب على السخان يتوزع على حجاج الدول التالية:

جدول(٣٤)يوضح نسب الطلب على السخان الكهربي

الدول أو مجموعة الدول	عدد	نسبة الطلب لكل دولة	الطلب الكلي للمجموعة
الهند	١	27.27%	27.27%
مصر	١	18.18%	18.18%
توجو ،مالي،نيبال،باكستان،تركيا،ساحل العاج	٦	9.1%	54.6%

جدول(٣٥) معامل التركز في الطلب على السخان الكهربائي

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب	معامل التركز
ذات الطلب الأكبر	٢	٤٥,٤٥%	$\frac{45.45\%}{54.6\%} = .8324$
ذات الطلب الأصغر	٦	٥٤,٦%	

(أ) يطلب حجاج الهند حوالي ٢٧,٢٧% من الطلب على السخانات التي يطلبها كل حجاج العينة يليهم حجاج مصر بنسبة طلب ١٨,١٨% ومجموع طلب حجاج الدولتين حوالي ٤٥,٤٥% وهي الدول ذات الطلب الأكبر طبقاً لبيانات جدول (٣٥).

(ب) حجاج ٦ دول هي توجو ومالي ونيبال وباكستان وتركيا وساحل العاج بنسبة طلب (٩,١%) لكل منهم وبإجمالي طلب حوالي ٥٤,٦% وهي الدول ذات الطلب الأصغر طبقاً لبيانات جدول (٣٥).

ومعامل التركز طبقاً لجدول (٣٥) منخفض ويساوي (٠,٨٣٢٤) مقارن بجميع السلع الكهربائية السابقة.

ثالث عشر: الطلب على المفارم:

يحتل الطلب على المفارم المنزلية المكانة الثالثة عشر من حيث الطلب على الأجهزة الكهربائية بنسبة طلب حوالي ٠,٩% طبقاً لجدول (٤) ومن جدول (٥) يتضح أن الطلب يأتي من قبل جنسيات ٦ دول، يمكن طبقاً لجدول (٣٦) تقسيمهم إلى مجموعتين:

جدول(٣٦)يوضح نسب الطلب على السخان المفارم

الدول أو مجموعة الدول	عدد	نسبة الطلب لكل دولة	الطلب الكلي للمجموعة
مصر	١	28.57%	28.57%
لبنان اليمن،تونس،تركيا،عمان	٥	14.3%	71.43%

جدول(٣٧) معامل التركز في الطلب على المفارم

المجموعة	عدد الدول	نسب الطلب
ذات الطلب الأصغر	١	٢٨,٥٧٥
ذات الطلب الأكبر	٥	%٧١,٤٣

المجموعة الأولى: وتشتمل فقط على حجاج مصر الذين يطلبون حوالي ٢٨,٥٧% من إجمالي الطلب على المفارم التي يطلبها كل حجاج العينة.

والمجموعة الثانية وتشتمل على حجاج خمس دول وهي لبنان واليمن وتونس وتركيا وعمان وطلب كل جنسية على المفارم حوالي ١٤,٣% من الطلب الكلي، ومن ثم فإن طلب الدول الخمس في حدود ٧١,٤٣%.

وطبقاً لجدول (٣٧) فإن العدد الأكبر من الدول هو الذي يطلب النسبة الأكبر والعدد الأصغر هو الذي يطلب النسبة الصغرى، ومن ثم فلا معنى لحساب معامل تركز في الطلب على المفارم.

رابع عشر: سلع كهربائية تتميز بصغر الطلب عليها:

وتتمثل تلك السلع في سلعتين:

(أ) التكييف ونسبة الطلب عليه من كل السلع الكهربائية حوالي ٠,٦٤% ويتركز الطلب عليها في حجاج البحرين ولبنان والسودان ومالي وتوجو.

(ب) الدفايات ونسبتها ضئيلة جداً لا تذكر تقل عن ٠,٠٣% ويتركز الطب عليها في دولتين هما حجاج الجزائر وساحل العاج.

المبحث الثالث

أثر دخل الحجاج على طلب السلعة الكهربائية

الفرض الأساسي للعلاقة بين الطلب والدخل:

تقرر النظرية الاقتصادية أن الدخل يؤثر تأثيراً موجباً على طلب السلع بصفة عامة، في حالة السلع العادية، مع ثبات العوامل الأخرى على حالها.

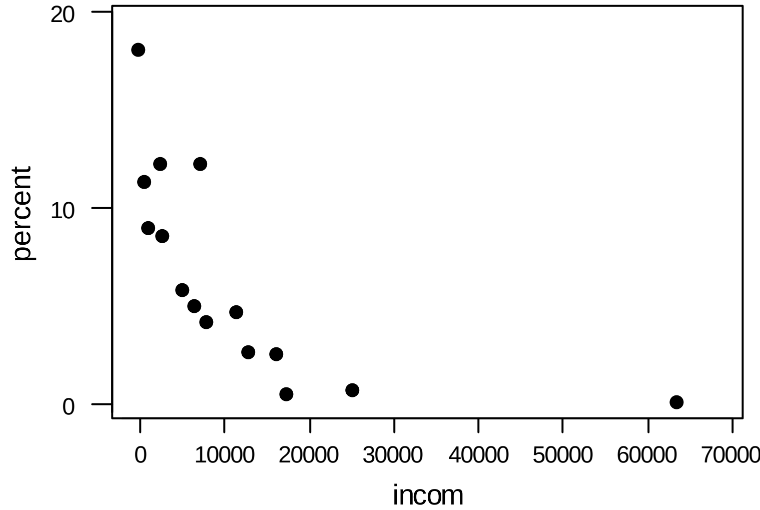
وفي هذا المبحث نحاول تحليل العلاقة بين دخل الحجاج وطلبهم على السلع الكهربائية، وفي البداية نلقي نظرة على هيكل دخل الحجاج في العينة، ثم نحلل هيكل الطلب على السلع الكهربائية لكل فئة من فئات الدخل ثم نحاول استنتاج ما إذا كان هناك علاقة بين الطلب على كل سلعة كهربائية ودخل مركز الفئة.

أولاً: هيكل دخول الحجاج في عينة الدراسة:

إذا ألقينا نظرة على البيانات الواردة في جدول (٣٨) الذي يحتوي على هيكل دخول الحجاج في عينة الدراسة، حيث تم تقسيم الدخول إلى فئات كل فئة تبدأ بحد أدنى وتنتهي بحد أعلى، وأمام كل فئة عدد الحجاج الذين تقع دخولهم بين أو على طرفي الفئة تم حساب نسبة هؤلاء الحجاج من العينة ككل، وفي العمود الأخير مجموع النسب السابقة على الرقم الذي يحتويه المجموع الفرعي، والدخول مقاسه بالريال السعودي.

جدول(٣٨) هيكل دخول الحجاج في عينة حج ١٤٢٥هـ

فئة الدخل	مركز الفئة	عدد الحجاج	نسبة من الكلي	مجموع فرعي
100-500	300	74	9.475%	
520-1000	750	144	18.43%	27.9%
1050-1500	1275	98	12.548%	
1501-2000	1750	88	11.267%	23.8%
2100-3000	2250	68	8.710%	
3100-4000	3550	45	5.760%	14.5%
4200-5500	4850	37	4.740%	
6000-8500	7250	92	11.800%	16.5%
9000-9500	9250	31	4.000%	
10000-11000	10500	32	4.100%	
11500-13500	12500	23	3.000%	
14000-16000	16500	35	4.480%	
17000-19000	18000	6	0.7682%	
20000-30000	25000	6	0.7682%	
40000-90000	65000	2	0.256%	17.3724%



ومن جدول ٣٨ يتضح ما يلي:

(أ) بالنسبة لفئة قاع الدخل (١٠٠ – ٥٠٠) ريال تبلغ ٩,٤٧٥% من عينة الدراسة، أي أن حوالي عشر عينة الدراسة من أصحاب الدخول المنخفضة جداً، فدخولهم الشهرية تبدأ من ١٠٠ ريال كحد أدنى وتنتهي بحد أقصى حوالي ٥٠٠ ريال، ومركز هذه الفئة ٣٠٠ ريال.

(ب) بالنسبة للفئة الثانية للدخل (٥٢٠ – ١٠٠٠) ريال ومركزها ٧٦٠ ريال، ونسبة الأفراد الذين تقع دخولهم في نطاق هذين الحدين حوالي ١٨,٤٣%، وهو ما يقترب من خمس أفراد العينة.

ومن هاتين الفئتين نجد أن نسبة أفراد العينة الذين تتراوح دخولهم بين ١٠٠ إلى ١٠٠٠ حوالي (٢٨%) وهو ما يزيد عن الربع ولكن يقل عن الثلث، وتلك النسبة تمثل الحجاج منخفضي الدخل جداً.

(ج) وتمثل الفئة الثالثة الأفراد الذين تتراوح دخولهم عند أو بين حدين هما ١٠٥٠ ، ١٥٠٠ ريال، ونسبتهم من حجاج العينة حوالي ١٢,٥٥%، وإذا أضفنا إليهم حجاج الفئة التي يتراوح دخلهم عند أو بين ١٥٠١، ٢٠٠٠ ريال، والذين نسبتهم من حجاج العينة حوالي ١١,٣% نجد أن الحجاج الذين تبدأ دخولهم ١٠٥٠ ريال وتنتهي عند ٢٠٠٠ ريال يمثلون ٢٣,٨%، وهو ما يقترب من ربع أفراد العينة.

فإذا اعتبرنا الفئات الأربع والتي تبدأ من ١٠٠ ريال وتنتهي عند ٢٠٠٠ ريال، تمثل الحجاج منخفضي الدخل، فإن نسبة الحجاج منخفضي الدخل يمثلون حوالي ٥١,٧% من جملة أعداد الحجاج في العينة، بمعنى أن أكثر من نصف الحجاج هم من الفئة منخفضة الدخل.

(د) بالنسبة للفئة الخامسة والتي تبدأ من ٢١٠٠ وتنتهي عند ٣٠٠٠ ريال، ومنتصف الفئة ٢٢٥٠ ريال تمثل ٨,٧١% من حجاج عينة الدراسة وأما عن الفئة السادسة فتبدأ من ٣١٠٠ ريال وتنتهي عند ٤٠٠٠ ريال وتمثل ٥,٧٦%، ويمكن اعتبار هذه الفئة التي تبدأ دخلها من ٢١٠٠ ريال حتى ٤٠٠٠ ريال، هي الحد الأعلى

للفئة منخفضة الدخل، وهي تمثل حوالي ١٤,٥%.

وعلى هذا فإن الشريحة الأولى من الحجاج منخفضي الدخل تمثل ٥١,٧% والشريحة العليا من الحجاج منخفضي الدخل تمثل ١٤,٥% ومجموع الشريحتين يمثل ٦٦,٥% أي يمثل حوالي ثلثي حجاج عينة الدراسة.

(هـ) وإذا انتقلنا إلى الشريحة متوسطة الدخل فتبدأ من ٤٢٠٠ ريال حتى ٨٥٠٠ ريال وتنقسم إلى فئتين من الحجاج:

الفئة السابعة: وتبدأ بحد أدنى للدخل ٤٢٠٠ ريال وتنتهي عند ٥٥٠٠ ريال ونسبتها في العينة ككل حوالي ٤,٧٤% ومركزها ٤٨٥٠ ريال.

والفئة الثامنة: وتبدأ بحد أدى للدخل ٦٠٠٠ وتنتهي عند ٨٥٠٠ ريال، بنسبة ١١,٨% ومركزها ٧٢٥٠ ريال، وهذا الرقم يمثل الدخل المتوسط بمعايير العالم الإسلامي، وليس بمعايير الأمم المتحدة والتي تعتبر الدخل ٧٥٠٠ دولار هو الدخل المتوسط.

(و) وأما بالنسبة لفئات الدخل (٩٠٠ – ٩٥٠٠ ريال) والتي تمثل ٤% من عينة الدراسة، والفئة (١٠,٠٠٠ إلى ١١,٠٠٠ ريال) والتي تمثل ٤,١% فيمكن اعتبارها الشريحة العليا لمتوسطي الدخل ونسبة الشريحتين معاً حوالي ٤,٨% ومركز فئاتهما ٩٢٥٠ ريال، ١٠,٥٠٠ ريال على التوالي.

(ز) وبالنسبة لفئات الدخل والتي تبدأ من (١١,٥٠٠) وأعلى فيمكن اعتبارها تمثل الشريحة مرتفعة الدخل ويمكن أيضاً تقسيمها إلى شريحتين الشريحة الأولى من الدخل المرتفع وتنطوي على شريحتين هما: (١١٥٠٠ – ١٣٥٠٠) ، (١٤٠٠٠ – ١٦٠٠٠) ريال والشريحة العليا للدخل المرتفع وتشتمل على فئتين الأولى (١٧٠٠٠ – ١٩٠٠٠) ومركزها ١٨٠٠٠ ريال والثانية (٢٠٠٠٠ – ٣٠٠٠٠) ريال ومركزها ٢٥٠٠٠ ريال والفئة الأخيرة استثناء لأن الدخل فيها غاية في الارتفاع ومركزها ٦٥٠٠٠ ريال، ونسبة شريحة الدخل المرتفع والتي تبدأ من ١١٥٠٠ ريال حوالي ١٣,٤%.

ومن الشكل البياني أسفل جدول (٣٨) يتضح أن دخول الحجاج في العينة أكثر تركيزاً عند مستوى يقل كثيراً عن ١٠٠٠٠ ريال ونسبة الدخل التي تقل عن ١٠٠٠٠ ريال (حوالي ٢٦٦٤ ريال) حوالي ٨٦,٧% والحجاج مرتفعي الدخل نسبتهم صغيرة في العينة.

ونتجه الآن لبحث ما إذا كان للدخل أثر على الطلب على السلع الكهربائية.

ثانياً: العلاقة بين لطلب على السلع الكهربائية والدخل:

تحاول الدراسة في هذه الجزء استقاء ما إذا كان هناك دليل تجريبي يؤيد أو ينفي العلاقة التي تتوقعها النظرية الاقتصادية مسبقاً بين الطلب على أي سلعة كهربائية والدخل، وهي علاقة طردية في الحالة العادية، مع ثبات العوامل الأخرى على حالها.

ولاستقاء هذه العلاقة تم اللجوء إلى أربعة من الأدلة من بيانات عينة الدراسة:

١- تقدير العلاقة بين الطلب على بعض السلع الكهربائية (كل على حدة والدخل) ومن هذا التقدير تم رصد العلاقة بين الطلب على سلعة من تلك والدخل.

٢- تم حساب نسب الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج عند مراكز فئات الدخل.

تم رصد بيانياً العلاقة بين الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج والدخل.

٣- تم رسم شكل الانتشار بين الطلب على كل سلعة كهربائية ومراكز فئات الدخل

٤- تم تقدير معامل الارتباط بين الدخل والطلب على سلعة من السلع الكهربائية.

ومن هذه الأدلة تم التوصل إلى ما يلي:

١- بالنسبة لتقدير العلاقة بين الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج والدخل تم تقدير العلاقة في حالة (٧) سلع، وهي الثلاجات (ref) والفيديو (vdio) ولعب الأطفال(toys) والتليفون(tele) وكاميرات التصوير camera) والراديو-كاسيت(radio) والتلفزيون (tv) وتم التوصل إلى نتيجة متماثلة تقريباً في كل التقديرات تتمثل في أن:

(أ) كل العلاقات المقدرة أعطت دالة طلب غير خطية (وبالتحديد تربيعية).

(ب) أن الدوال المقدرة ذات ميل متغير وسالب عند جميع مستويات الدخل، ما عدا دالة الطلب على التلفزيون، فأعطت دالة متزايدة أولاً ثم متناقصة، وسنكتفي هنا بعرض مخلص مختصر لنتائج التقدير مع وضع الرسوم البيانية عقب هذا التحليل مباشرة.

جدول (٣٩) ملخص تقدير دوال الطلب على الدخل (x)

السلعة	معامل (x)	معامل x^2	إحصائية F
التلفزيون	موجب وغير معنوي	سالب وغير معنوي	لا تختلف معنوياً عن الصفر
التليفون	سالب وغير معنوي	موجب وغير معنوي	تختلف معنوياً عن الصفر عند ٥%
الفيديو	سالب وغير معنوي	سالب وغير معنوي	لا تختلف معنوياً عن الصفر
ألعاب الأطفال	سالب ومعنوي	موجب ومعنوي	تختلف معنوياً عن الصفر عند ١%
كاميرا التصوير	سالب وغير معنوي	سالب وغير معنوي	تختلف معنوياً عن الصفر عند ١%
الثلاجات	سالب ومعنوي	موجب وغير معنوي	تختلف معنوياً عن الصفر عند ٢%
الراديو	سالب ومعنوي	موجب وغير معنوي	معنوية عند ٢%
الثلاجة	سالب وغير معنوي	موجب وغير معنوي	غير معنوية

ويلاحظ بصفة عامة أن معاملات الدخل المقدرة سالبة، ولهذا فإن الطلب على السلع الكهربائية من قبل الحجاج له

علاقة عكسية مع الدخل الشهري للحاج و العلاقات المقدرة بيانياً توضيحها الأشكال التالية:

٢- الدليل الثاني يرصد <u>نسب السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج عند مراكز فئات الدخل</u>، ومن الجدول (٤٠) يلاحظ تركز النسب الكبيرة للطلب عند مستويات الدخل الأصغر بصفة عامة لجميع السلع، وتقل النسب المطلوبة عند مستويات الدخل الكبرى، وربما يعزى ذلك إلى أن الأفراد الذين يقعون في فئات الدخل الكبرى لديهم السلع الكهربائية أصلاً في بلادهم، فيشترونها غير متأثرين بالارتفاع النسبي في سعرها مقارنة بالطبقة من الحجاج منخفضة الدخل التي تنتهز فرصة الشراء من موسم الحج للانخفاض النسبي في الأسعار، ولأنها قبل قدومها الحجاج تراكم أرصدة لشراء تلك السلع من السعودية خلال قدومها للحج.

جدول(٤٠) نسب طلب السلع الكهربائية عند مراكز فئات الدخل

مركز فئة الدخل	تلفزيون	راديو	تليفون	كاميرا	العاب أطفال	فيديو	ثلاجة	ريسيفر	خلاط
300	4.81%	11.3%	5.15%	5.38%	14.41%	12.2%	21.43%	11.1%	8.3%
750	5.7%	20.8%	16.5%	7.53%	23.73%	4.8%	14.3%	33.3%	16.7%
1275	7.7%	7.83%	14.43%	9.68%	14.41%	9.76%	28.57%	22.2%	20.8%
1750	7.7%	12.3%	9.28%	10.53%	15.25%	2.4%	7.14%	000	20.8%
2250	4.8%	6.1%	12.4%	7.53%	10.17%	000	000	11.1%	25%
3550	7.7%	6.96%	4.12%	10.75%	4.24%	4.88%	14.29%	11.1%	4.17%
4850	5.77%	4.35%	4.12%	8.6%	2.54%	2.44%	7.14%	11.1%	000
7250	2.5%	6.96%	13.45%	20.43%	5.08%	7.32%	21.43%	000	0000
9250	7.7%	5.22%	4.12%	4.3%	2.54%	000	000	000	000
10500	4.8%	6.1%	6.19%	4.3%	4.24%	000	000	000	000
12500	1.92%	4.35%	2.06%	7.53%	2.54%	4.88%	14.29%	000	000
16500	10.58%	5.22%	3.09%	3.23%	0.85%	000	000	000	4.17%
18000	3.85%	000	2.06%	00	000	000	000	000	000
25000	19.2%	.87%	3.09%	00	000	000	000	000	000

تابع جدول(٤٠) نسب طلب السلع الكهربائية عند مراكز فئات الدخل

مركز فئة الدخل	مكنسة	مروحة	مكواة	سخان	مفرمة	غسالة	لعب أطفال
300	%١٢,٥	8%	13.04%	9.09%	000	4%	14.4%
750	%٢٠,٨	36%	42.02%	18.18%	28.57%	20%	23.7%
1275	%٨,٣	12%	18.84%	18.18%	28.57%	12%	14.4%
1750	٠٠٠	8%	13.04%	18.18%	14.29%	20%	15.25%
2250	%٢٠,٨	12%	8.7%	000	14.29%	8%	10.2%
3550	%٨,٣	000	000	000	000	4%	4.23%
4850	12.5%	000	2.9%	000	000	8%	2.54%
7250	12.5%	12%	000	000	000	4%	5.1%
9250	000	000	000	9.09%	000	8%	2.54%
10500	000	4%	1.45%	000	000	4%	4.24%
12500	000	000	000	9.09%	000	00	2.54%
16500	000	000	000	9.09%	000	8%	.85%
18000	4.2%	000	000	9.09%	14.29%	00	00
25000	000	000	000	000	000	00	00

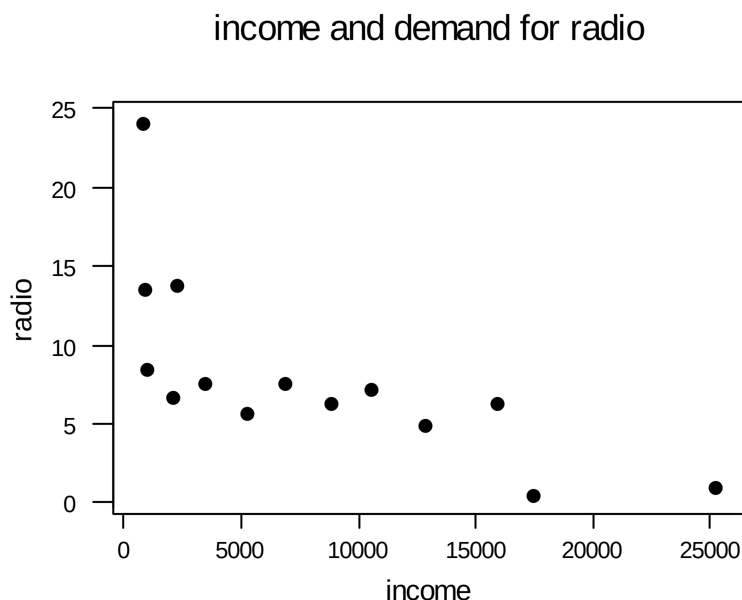
ويلاحظ أن: أكثر السلع انتشاراً في الطلب عند جميع مستويات الدخل هي التلفزيون، فمثلاً نجد أن النسبة المطلوبة من أجهزة التلفزيون عند مركز فئة الدخل ٣٠٠ هي ٤,٨١% ونفس النسبة تقريباً عند مركز الفئة

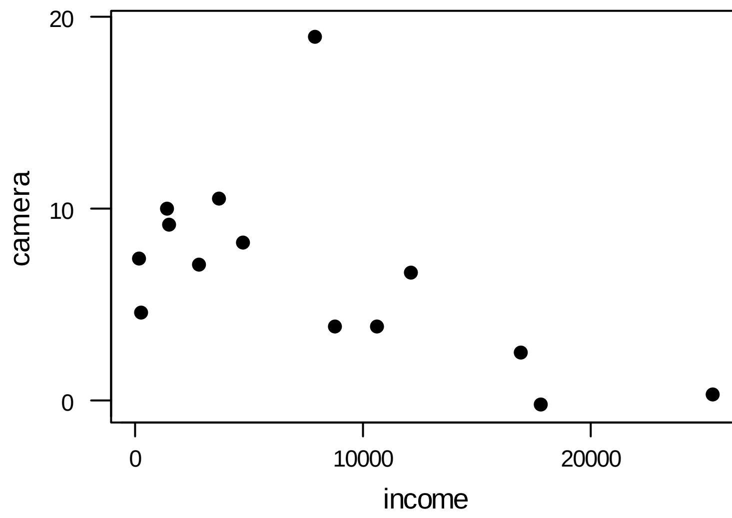
١٠٥٠٠ ريال، وهناك ١٩,٢% من الطلب على التلفزيون عند مستوى الدخل ٢٥٠٠٠ ريال، فمثلاً نجد أن حوالي ٧٧% من الطلب على التلفزيون يقترن بفئة الدخل (٣٠٠ – ٩٢٥٠ ريال) التلفزيون وكذلك السلع الأخرى تتميز بتركز الطلب عند مستويات الدخل ٣٥٥٠ ريال، ٦٦% من الطلب على التليفون يقترن بمستويات الدخل من ٣٠٠ ريال حتى ٤٨٥٠ ريال، و ٨٠% من الطلب على الكاميرات يقترن بمستويات الدخل من ٣٠٠ حتى ٧٢٥٠ ريال، ١٠٠% من الطلب على الرسيفر يقترن بمستويات الدخل من(٣٠٠ إلى ٤٨٥٠) ريال ، ١٠٠% من الطلب على الخلاطات يقترن بمستويات الدخل من ٣٠٠ إلى ٣٥٥٠ ريال، ٩٥,١٢% من الطلب على الفيديو يقترن بمستويات الدخل من ٣٠٠ ريال إلى ٧٢٥٠ ريال، وحوالي ٨٠% من الطلب على لعب الأطفال يقترن بمستويات الدخل من ٣٠٠ ريال حتى ٢٢٥٠ ريال، وهكذا نصل إلى النتيجة التالية:

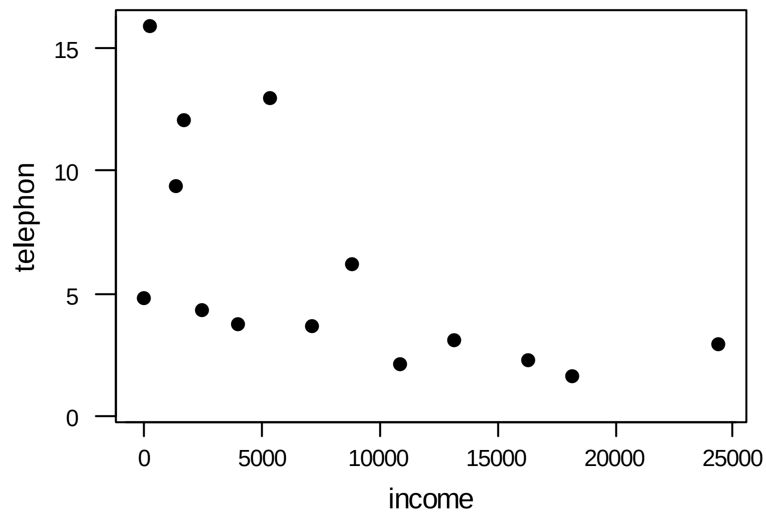
يتميز طلب الحجاج على السلع الكهربائية بأنه يميل إلى التركز عند مستويات الدخل المنخفضة أكثر بالمقارنة بمستواه عند مستويات الدخل الأكبر.

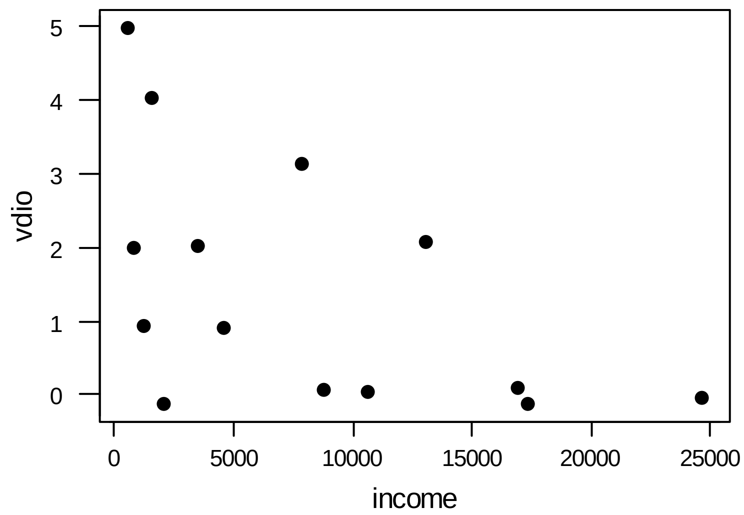
والتفسير قد يكون: أن الحجاج يميلون إلى طلب السلع الكهربائية من أرصدة مدخرة من فترات سابقة بدرجة أكبر وبدرجة أقل من الدخل المحقق من الفترة الحالية، ولهذا فإن الطلب على السلع الكهربائية يتأثر – غالباً – بأثر الأرصدة الحقيقية المتراكمة من فترات سابقة.

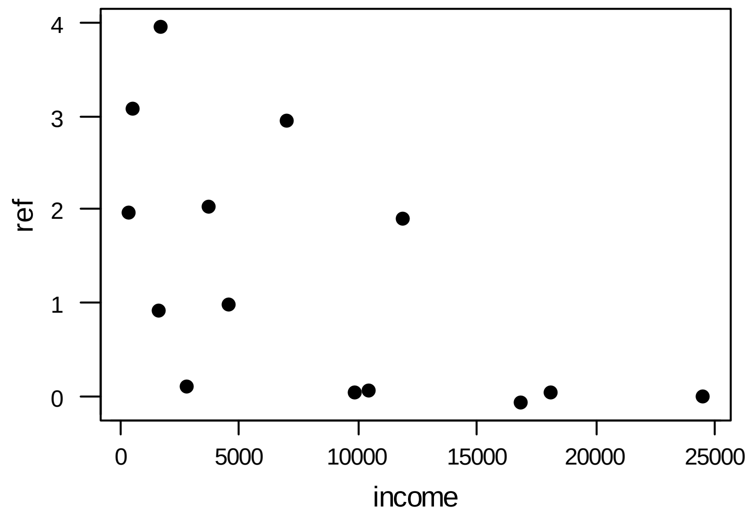
٣- الدليل الثالث هو رصد بياني لشكل انتشار يعكس العلاقة المتصورة للعلاقة بين الطلب على كل سلعة كهربائية ومستويات دخل الحجاج، مقاسه عند مراكز الفئات، ومن هذا الدليل يتضح ما يلي:

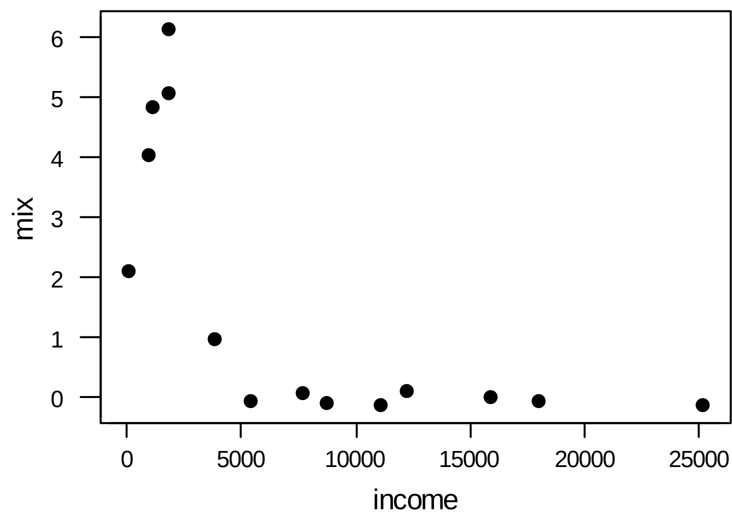


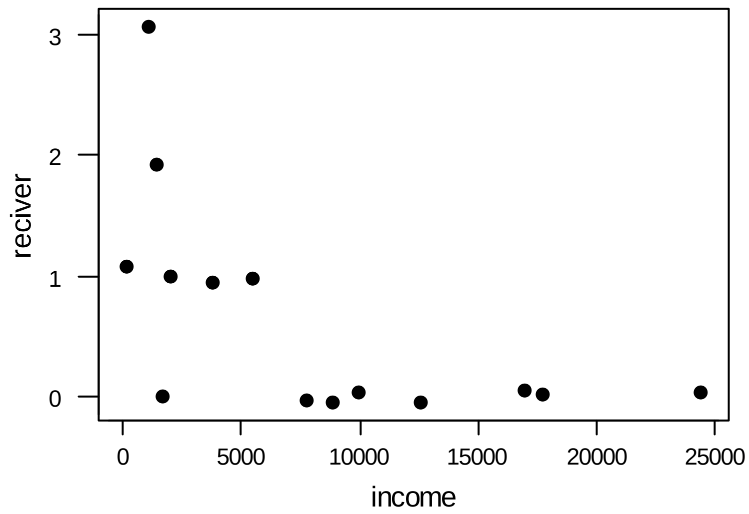

income and demand for camera
camera
20
10
0
0
10000
20000
income

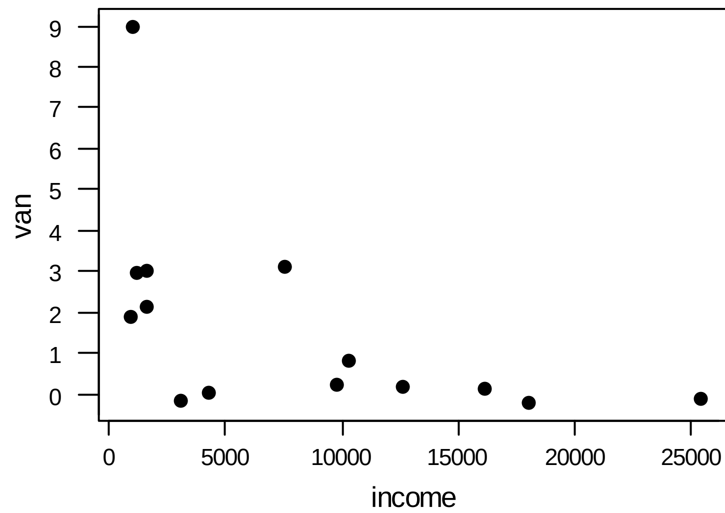

income and demand for telephon
telephon
15
10
5
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

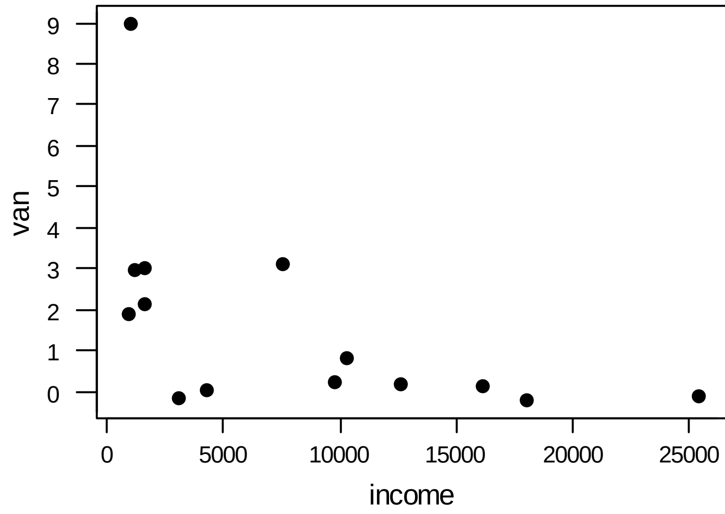

income and demand for vidio
vdio
5
4
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

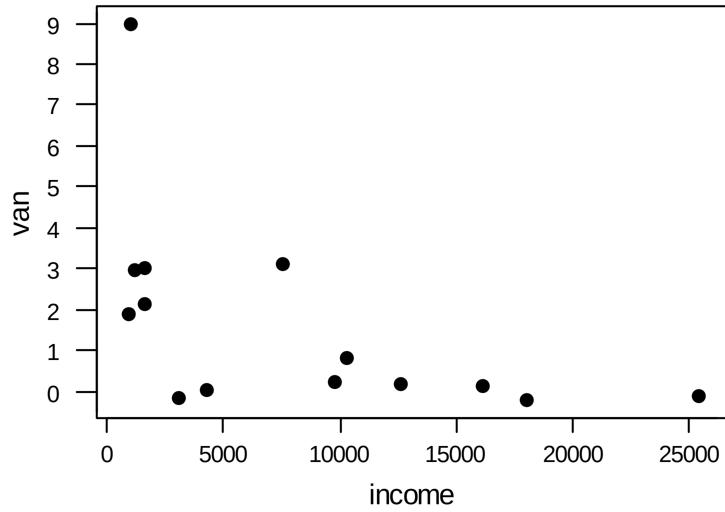

income and demand for refrig
ref
4
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

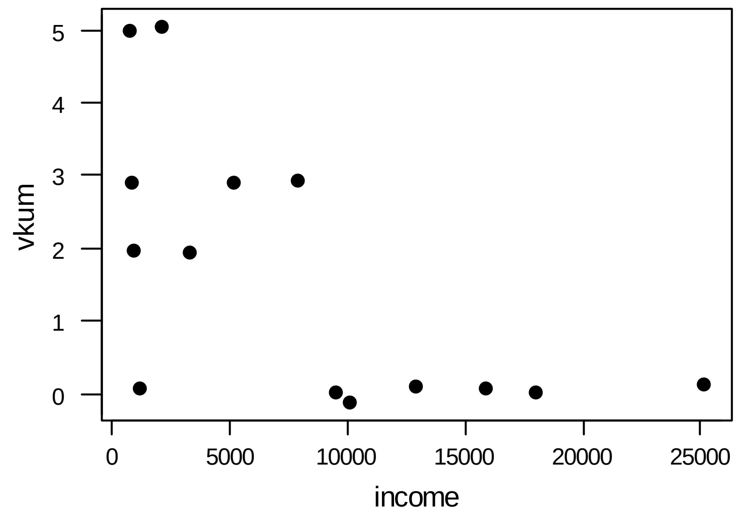

income and demand for mix
mix
6
5
4
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

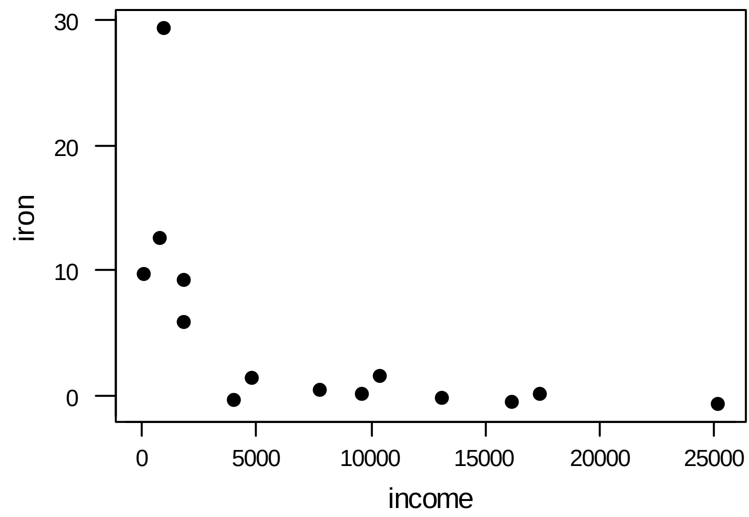

income and demand for reciver
reciver
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

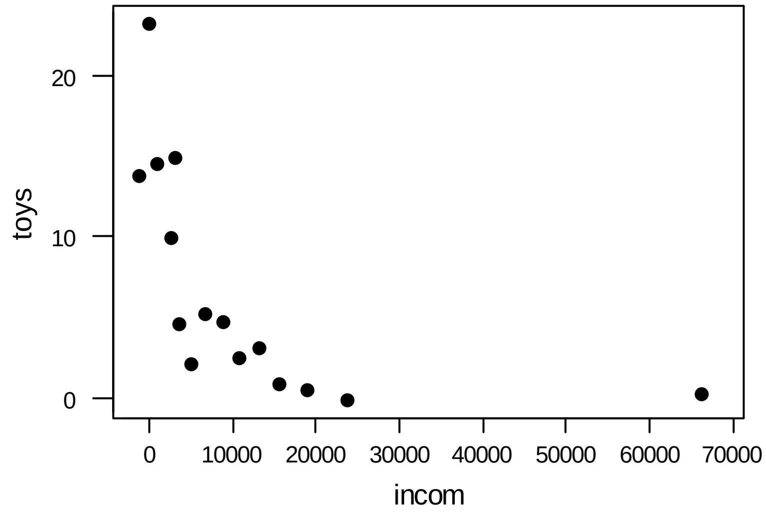

income and demand for van
van
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

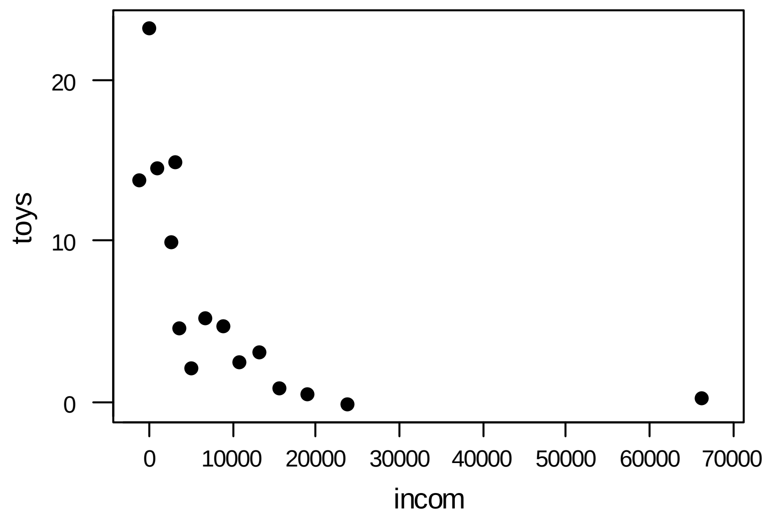

income and demand for van
van
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

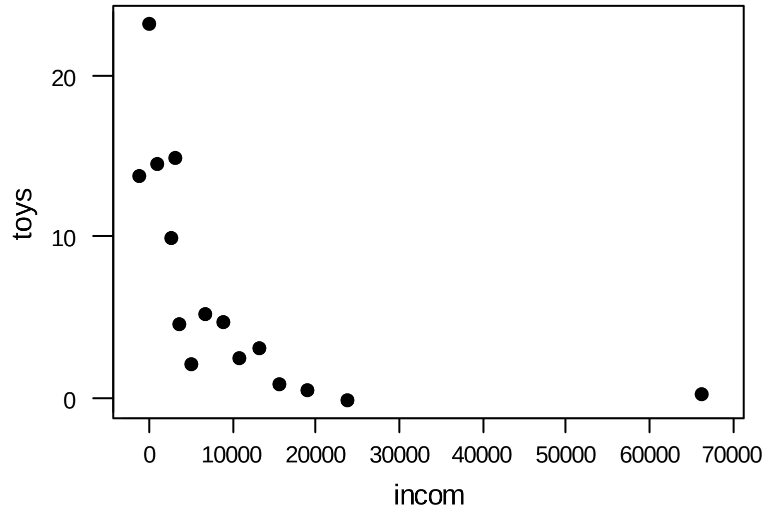

income and demand for van
van
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

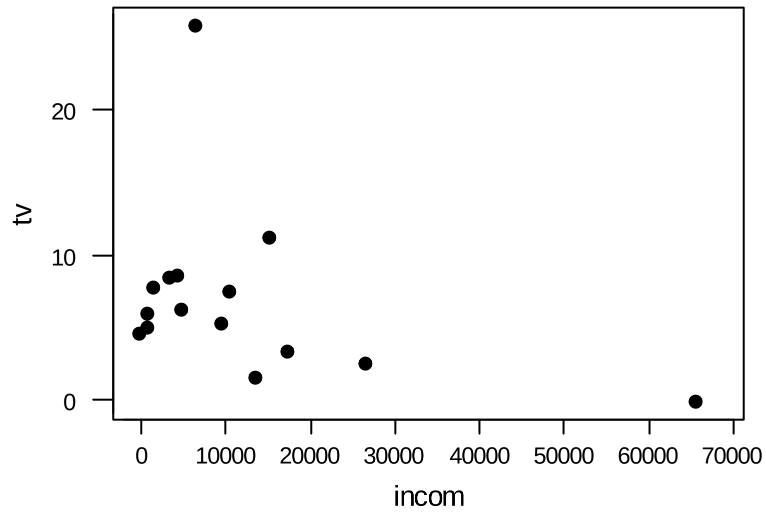

income and demand for vakum
vkum
5
4
3
2
1
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income

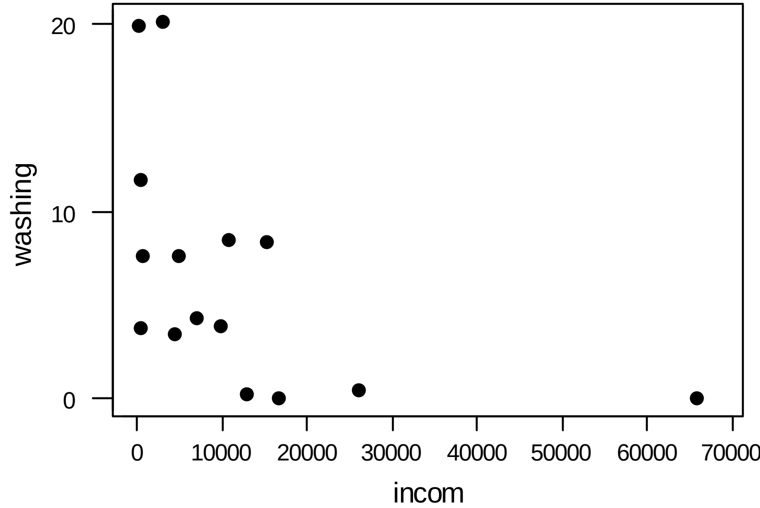

income and demand for iron
iron
30
20
10
0
0
5000
10000
15000
20000
25000
income


income and demand for toys
toys
0
10
20
0
10000
20000
30000
40000
50000
60000
70000
incom


income and demand for toys
toys
0
10
20
0
10000
20000
30000
40000
50000
60000
70000
incom


income and demand for toys
toys
0
10
20
0
10000
20000
30000
40000
50000
60000
70000
incom


income and demand for tv
tv
0
10
20
0
10000
20000
30000
40000
50000
60000
70000
incom



(أ)أن شكل انتشار علاقة الطلب على ألعاب الأطفال الكهربائية (Toys) والدخل (Income) واضح أنها يمكن أن تمثل بمنحنى سالب الميل بميل (مطلق) متناقص مع زيادة الدخل.

(ب) أن شكل انتشار علاقة الطلب على التلفزيون (tv) مع الدخل توضح تكاثف للطلب عند مستويات الدخل أقل من ٥٠٠٠ ريال وبنسب منخفضة إلى حد ما، وعند مستويات الدخل التي مركز فئتها ٧٢٥٠ ريال نجد أن الطلب على التلفزيون يصل قمته بنسبة ٢٥% من طلب كل حجاج العينة على التلفزيون، ثم يقل الطلب على التلفزيون عند فئات الدخل المرتفعة.

(ج) وشكل انتشار علاقة الطلب على الغسالات (Washing) مع الدخل يمكن تقريبه بدالة غير خطية ذات ميل سالب ومتناقص كقيمة مطلقة، مع ملاحظة تكاثف في الطلب عند مستويات الدخل الصغرى.

(د) أن شكل انتشار علاقة الطلب على الرسيفر (Reciver) والمراوح (Van) والراديو (Radio) والتلفون (Telephone) والثلاجات (Refrig) والخلاطات (Mix) والمكنسة (Vakum) والمكواة (Iron) كلها يمكن تقربها بمنحيات سالبة الميل ذات ميل (مطلق) متناقص مع زيادة الدخل.

وعلى هذا نخلص من هذا الدليل التجريبي إلى النتيجة التالية:

<u>يمكن تقريب علاقة الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج بمنحنى سالب الميل ذات ميل (مطلق) متناقص مع زيادة الدخل، وهذا يعكس فرض أساسي هو أن الطلب على الأجهزة الكهربائية يتناقص بمعدل متزايد كلما زاد الدخل من فئة دخلية إلى الفئة الأكبر منها.</u>

وهذه النتيجة تؤكد – ربما أكثر – على أن الطلب على السلع الكهربائية من قبل الحجاج يرتبط في الأغلب بأثر الأرصدة الحقيقية المدخرة والمتراكمة من دخول (أو ثروات) سابقة على الفترة الحالية.

٤- الدليل التجريبي الرابع على العلاقة العكسية بين طلب الحجاج على السلع الكهربائية ودخل الحجاج هي معامل الارتباط بين المتغيرين، ومن الجدول رقم (٤١) الذي يحتوي على تقديرات لمعاملات الارتباط البسيطة بين كل سلعة كهربائية يطلبها الحجاج ومراكز فئات دخل الحجاج يتضح ما يلي:

جدول (٤١) معامل ارتباط طلب الحجاج على السلع الكهربائية مع الدخل الجاري

السلعة الكهربائية	معامل ارتباط الطلب عليها مع الدخل	p-value	درجة ونوع الارتباط
التلفزيون	-0.188	.503	عكسي،ضعيف،غير معنوي
الراديو-كاسيت	-0.671	0.006	عكسي،قوي،معنوي
الفيديو	-0.487	0.066	عكسي،ضعيف،معنوي عند ٧%
الرسيفر	-0.602	0.018	كسي،معنوي،قوي
العاب الأطفال	-0.723	0.002	عكسي،معنوي،قوي
الخلاطات	-0.611	0.016	عكسي،معنوي،قوي
المكنسة	-0.644	0.011	عكسي،معنوي،قوي
المراوح	-0.479	0.017	عكسي،ضعيف،معنوي عند٨%
المكواة	-0.562	0.029	عكسي،متوسط،معنوي
السخان الكهربي	-0.407	0.123	عكسي،ضعيف،غير معنوي
المفارم	-0.412	0.127	عكسي،ضعيف،غير معنوي
الغسالات	-0.66	0.007	عكسي،قوي،معنوي
التليفون	-0.647	0.009	عكسي،قوي،معنوي
الثلاجة	-0.561	0.030	عكسي متوسط،معنوي
كاميرا التصوير	-0.781	0.001	عكسي ،قوي،معنوي

(أ) أن كل معاملات الارتباط المقدرة (العمود الثاني) سالبة، مما يدل على وجود اقتران خطي سالب بين الطلب على كل سلعة كهربائية والدخل.

(ب) أن هذا الاقتران الخطي بين الطلب على السلع الكهربائية والدخل قوي في ثمان حالات للطلب وهي الطلب على (الراديو كاسيت، والخلاطات، الرسيفر، والغسالات، والتلفون، وكاميرات التصوير، والمكنسة، وألعاب الأطفال)، ومعامل الارتباط المقدر في تلك الحالات يختلف معنوياً عن الصفر عند مستوى معنوية ٢% (أو أقل في غالبية الحالات).

(ج) أما الاقتران الخطي بين الطلب على كل من المكواة والثلاجة الدخل فمتوسط ويختلف معنوياً عن الصفر.

(د) يكون معامل الارتباط عكسي وضعيف ومعنوي في الحالات التالية:

*في حالة الفيديو: معنوي عند مستوى معنوية ٧%.

*في حالة المراوح: معنوي عند مستوى معنوية ٨%.

(هـ) ويكون معامل الارتباط عكسي وضعيف وغير معنوي في الحالات التالية:

***في حالة الطلب على التلفزيون والسخان الكهربائي والمفارم.**

ومن هذا الدليل التجريبي نخلص إلى النتيجة التالية:

من عدد ١٥ سلعة من السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج يوجد اقتران خطي قوى بين الطلب على ٨ سلع والدخل، واقتران خطي متوسط بين الطلب على سلعتين والدخل، وفي أربع حالات يوجد اقتران خطي متوسط بين الطلب والدخل، وبقية الحالات فإن الاقتران الخطي ضعيف (معنوى في حالتين، وغير معنوى في ثلاث حالات)، وفي جميع الحالات فإن الارتباط بين الطلب والدخل سالب.

المبحث الرابع:

أثر السعر على طلب السلع الكهربائية

<u>الفرض الأساسي للعلاقة بين الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية وسعرها:</u>

تقرر النظرية الاقتصادية فرضاً أساسياً يقرر العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وسعر الوحدة منها، ومضمون هذا الفرض، هو أنه مع ثبات العوامل الأخرى على حالها: "<u>تتغير الكمية المطلوبة من سلعة ما تغيراً عكسياً مع سعر الوحدة منها، مع ثبات العوامل الأخرى على حالها</u>".

وتفسر النظرية الاقتصادية هذا الفرض بأن تغير سعر الوحدة من أية سلعة (أو خدمة) يترتب عليه أثران يفضيان إلى تغير الكمية المطلوبة منها، على نحو عكسي مع سعرها، الأثر الأول: ومضمونه أن انخفاض سعر أحد السلع ولتكن "أ" مثلاً مع ثبات أسعار السلع الأخرى البديلة ولتكن "ب ، جـ ، د، ... الخ"، يجعل السلعة "أ" أرخص نسبياً مقارنة بأسعار السلع البديلة، عن الوضع قبل انخفاض السعر، مما يحفز المستهلك على أن يحل وحدات من السلعة الأرخص نسبياً وهي "أ" محل وحدات من السلع الأخرى البديلة، فتزيد كمية "أ" على حساب كميات السلع الأخرى البديلة، وهذا الأثر يسمى أثر الإحلال.

<u>والأثر الثاني</u>: ومضمونه أن انخفاض سعر أحد السلع، مع ثبات العوامل الأخرى ومن ضمنها الدخل النقدي للمستهلك – أو الميزانية النقدية المخصصة للإنفاق على السلع الكهربائية – يترتب عليه ارتفاع القوة الشرائية للدخل النقدي – أو الميزانية النقدية – مما يحفز المستهلك على طلب المزيد من السلع المختلفة، وهذا الأثر يسمى أثر الدخل.

ويترتب على أثري الإحلال والدخل زيادة الكمية المطلوبة من سلعة ما إذا انخفض سعرها – في الأحوال العادية، أي إذا كانت السلعة عادية، ومجموع أثري الإحلال والدخل يسمى أثر سعر السلعة على كميتها المطلوبة.

وبالعودة إلى بيانات العينة، فقد تم رصد الكميات المطلوبة العينية من كل سلعة كهربائية عند أسعارها، وتم التوصل إلى دالة الطلب على السلع الكهربائية الموضحة في مخرجات الكمبيوتر في جدول(٤٢) ومنه يتضح الآتي:

Table(42)
Variables Entered/Removed

Method	Variables Removed	Variables Entered	Model
Enter	.	P	1

P: price, D: demand

Model Summary

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. Error of the estimate
1	.235	.055	.054	6.0704

a Predictors: (Constant), P
b Dependent Variable: D

ANOVA

Model	Sum of squares	df	Mean squares	F	SIG
REGRESSION	1684.606	1	1684.606	45.715	.000
RESIDUAL	28706.026	779	36.850		
TOTAL	30390.633	780			

a Predictors: (Constant), P
b Dependent Variable: D

Coefficients

MODEL	COEFF	STD.ERR	T	Sig	95% conf. interval of coeff	
constant	10.226	.256	39.93	.000	9.732	10.728
P	-.002167	.00032051	-6.761	.000	-.003	-.002

1

D: dependent variable, P: independent variable

1- الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية (d) وسعرها هو (p).

٢- أن أسعار السلع الكهربائية تفسر من تباين الكميات المطلوبة منها حوالي ٥,٥% طبقاً لمعامل التحديد غير المعدل وحوالي ٥,٤% طبقاً لمعامل التحديد المعدل، وهذه النسبة المنخفضة من التباين المفسر للكمية المطلوبة من السلع الكهربائية بواسطة السعر، هي أمر مألوف في الانحدار المبني على العينات المقطعية.

٣- أن التباين الكلي للتغير في كمية السلع الكهربائية هو(٣٠٣٩٠,٦٣٣) يفسر سعر السلع الكهربائية منه حوالي (١٦٨٤,٦٠٦) وبنسبة حوالي (٠,٠٥٥٤٣١٧٥) كما يقرر معامل التحديد غير المعدل.

٤- وباختبار نسبة التباين الذي يفسره السعر من الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية طبقاً لتحليل التباين (ANOVA) فإن إحصائية الاختبار وهي إحصائية F تعطينا القيمة التالية:

$$F_{(1,779)} = \frac{1684.6061/(2-1)}{28706.0261/(781-2)} = 45.7154$$

وحيث أن قيمة $(p-value=0.000)$ وهي قيمة تقل عن مستوى المعنوية $(\alpha = .05)$ فإننا لا نستطيع قبول فرض العدم بأن السعر لا يؤثر على الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية، ومن ثم فإن أثر السعر على الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية يختلف اختلافاً معنوياً عن الصفر.

٥- أن دالة الطلب المقدرة على السلع الكهربائية، تقرر من جدول المعاملات المقدرة (Coefficients) ما يلي:

(أ) أن ثابت انحدار دالة الطلب على السلع الكهربائية = ١٠,٢٢٦ والخطأ المعياري لهذا الثابت = ٠,٢٥٦، ولهذا فإن إحصائية الاختبار لثابت الانحدار وهي إحصائية t قيمتها: $t=\frac{10.22}{0.256}=39.390$

وقيمة (P- Value = 0.000) لهذه القيمة المقدرة لإحصائية الاختبار وهي تقل عن نصف مستوى المعنوية (٠,٠٢٥)، ومن ثم فإن ثابت انحدار دالة الطلب يختلف معنوياً عن الصفر.

(ب) أما معامل الكمية المطلوبة بالنسبة للسعر = -٠,٠٠٢١٦٧ والخطأ المعياري المقدر المقترن بالقيمة المقدرة لهذا المعامل فهو (٠,٠٠٠٣٢٠٥١٤٧) وفي المخرجات تم تقريبها على أنها صفر، ولهذا فإن إحصائية اختبار معامل الميل المطلق لدالة الطلب على السلع الكهربائية وهي إحصائية t: $t=\frac{-0.002167}{0.0003205147}=-6.761$

وقيمة (*P-value* = 0.000) وهي تقل عن نصف مستوى المعنوية (٠,٠٢٥) ومن ثم فإن معامل الميل يختلف معنوياً عن الصفر، بمعنى أن أثر السعر على الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية يختلف عن الصفر.

٦- يلاحظ أن المعادلة المقدرة لطلب الحجاج على السلع الكهربائية قد استوفت التوقع المسبق للفرض الأساسي الذي تقرره النظرية الاقتصادية للعلاقة بين الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية وسعرها حيث أن النظرية الاقتصادية تقرر أنه إذا كان دالة الطلب على الصورة:

$$d_i = a + bp_i + \varepsilon_i$$

حيث d: الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية بواسطة الحجاج.

P: سعر الوحدة من السلع الكهربائية.

(a,b) : ثوابت.

ε : حد الخطأ العشوائي.

والدليل السفلي(i) يشير إلي وحدة العينة المقطعية.

وطبقا للتوقعات المسبقة للنظرية الاقتصادية ، يجب أن يكون:

*** ثابت الانحدار (a) موجب.**

*** أثر السعر وهو المعامل (b) سالب.**

وحيث أن القيم المقدرة للمعلمين هما:

a= 10.226

b = 0.002167

فإن المعادلة المقدرة لطلب الحجاج على السلع الكهربائية تكون قد استوفت التوقعات المسبقة للنظرية

الاقتصادية، بالإضافة إلى أن كل منهما يختلف معنوياً عن الصفر.

وحيث أن معامل السعر سالب فإن هذا يعني أن السلع الكهربائية سلع عادية، ومن المحتمل أن يكون أثر الإحلال وأثر الدخل لتغير سعر السلع الكهربائية يعملان في اتجاه واحد، بحيث يفضي كلاهما إلى زيادة الطلب على السلع الكهربائية إذا انخفض سعر الوحدة من تلك السلع.

٧- والجدول الأخير في المخرجات يحتوي على تقدير فترة ثقة ٩٥% لكل من ثابت انحدار ومعلمة الميل لدالة الطلب على السلع الكهربائية، ومن هذا الجدول يتضح أن:

(أ) فترة ثقة ٩٥% لثابت الانحدار حدها الأعلى (١٠,٧٢٨) وحدها الأدنى (٩,٧١٢) ومن الواضح أنها لا تحتوي على الصفر، مما يؤيد رفض فرض العدم بأن ثابت الانحدار يختلف معنوياً عن الصفر.

(ب) فترة ثقة ٩٥% لمعلمة الميل حدها الأعلى (- ٠,٠٠٢) وحدها الأدنى (003.-) وهي لا تحتوي على الصفر، مما يؤيد رفض فرض العدم وأن أثر السعر على الكمية المطلوبة من السلع الكهربائية يختلف معنوياً عن الصفر.

ومن هذا التحليل نصل إلى النتيجة التالية:

"إن دالة طلب الحجاج على السلع الكهربائية المقدرة كدالة لسعر السلع الكهربائيةلها الشكل العادي المعروف في النظرية الاقتصادية فمعلمة الميل سالبة وثابت الدالة موجب، مما يؤيد وجود علاقة عكسية بين طلب الحجاج على السلع الكهربائية وسعر الوحدة من السلع الكهربائية".

وهذه العلاقة العكسية بين طلب الحجاج على السلع الكهربائية والسعر تقرر أيضاً بالإضافة إلى وجود أثر إحلال بين السلع الكهربائية البديلة، إلى وجود أثر دخل حيث أن انخفاض سعر الوحدة من السلع الكهربائية في المملكة يحقق وفراً في القوة الشرائية للحجاج مما يحفزهم على زيادة مشترياتهم من السلع الكهربائية.

المبحث الخامس

الدوافع غير الكمية لطلب الحجاج على السلع الكهربائية

من المتوقع أن تؤثر بعض العوامل التي يصعب قياس تأثيرها كمياً على طلب الحجاج على السلع الكهربائية، وهذه العوامل تصاغ في صورة متغيرات كيفية Qualitative variables، كل متغير من تلك المتغيرات قد يكون له بعد واحد أو بعدين أو ثلاثة، ورغم اختلاف تلك المتغيرات، ومن ثم اختلاف أبعادها، إلا أن كل متغير منها قد يعكس ضمناً – في الخلفية – تأثير متغير كيفي، وتلك المتغيرات يمكن تصنيفها في دراستنا في أحد عشر متغير كيفي نوضحها فيما يلي:

(أ) متغيرات تعكس أثر السعر:

وهي المتغيرات التي تحفز الحاج إلى شراء الجهاز من الأماكن المقدسة لأنه يعتقد أنه سيحقق وفراً في السعر وتتمثل فيما يلي:

١- وجود الجهاز في بلد الحاج ورغم ذلك فإنه يشتريه من الأماكن المقدسة.

٢- أن سعر الجهاز في بلد الحاج أعلى من سعر الجهاز في الأماكن المقدسة.

٣- قيام الحاج بالمقارنة بين الأسعار، ومن ثم يقوم بإحلال الجهاز الأرخص نسبياً محل الجهاز الأغلى نسبياً فهذا هو أثر الإحلال.

٤- قيام الحاج بأخذ جولات بين المحلات لمعرفة الأسعار والجودة ونوع السلع وهذا العمل يعكس أثر المعرفة المرتبطة بالجودة والسعر.

٥- السعر يؤثر مباشرة على الشراء وهذا يعكس أثر السعر.

٦- قيام البائع بإعطاء الحاج خصم مما يجعل الجهاز أرخص نسبياً في نظر الحاج مقارناً بالحال قبل إعطاء الخصم، وهذا أيضاً يعكس أثر السعر.

٧- السعر في حدود الدخل مما يعطي توازن في القوة الشرائية للحاج ويجعل حجم الإنفاق في حدود الميزانية.

(ب) أثر التجريب:

ويتمثل في قيام الحاج بشراء الجهاز بعد أن تتم تجربته والتأكد من صحته، فإذا تم تجريب الجهاز وثبتت سلامته فإن الجهاز تصبح له منفعة، ومن ثم تتغير تفضيلات الحاج ويشتري الجهاز، فإذا لم يقم بالتجريب، فلن يشتري، فالتجريب يؤثر على التفضيلات، ومن ثم يؤثر علي الشراء.

(ج) أثر المعلومات المكتسبة:

فاكتساب الحاج لمعلومات جديدة أو إضافية عن الأجهزة قد تجعل تفضيلاته تميل إلى الشراء ومن ثم

طلب السلع الكهربائية.

د- المنفعة المباشرة أو غير المباشرة: فالحاج قد يشتري الجهاز لنفسه أو كهدية، وفي الحالتين فالتفضيلات بشراء الجهاز مرتبطة بمنفعة مباشرة من استخدام الجهاز أو منفعة غير مباشرة مستمدة من توثيـق عـرى الصداقة والمودة أو الأخوة الناجمة عن تقديم الجهاز كهدية.

هـ- المعرفة المكتسبة عن الجهاز: وتتمثل في المعرفة المتعلقة بماركة الجهاز أو بلـد الـصنع أو كيفيـة الاستخدام أو كيفية التشغيل، وهذه المعرفة قد يكتسبها الحاج وهو في بلده، ومن ثم قد تقوده إلى الشراء في فترة وجيزة، وقد يكتسب تلك المعرفة من زملاء البعثة أو قد يكتسبها من بائع المحل أو قد يكتسبها من نشرة الجهاز، وفي جميع الحالات قد تمر فترة إبطاء حتى يتمكن الحاج من استيعاب المعرفة المكتـسبة وترجمتهـا إلى تفضيلات تؤثر في الطلب.

وفيما يلي دليل تجريبي مستقى من بيانات عينة الدراسة للنسب المئوية للحجاج الذين تؤثر فيهم تلك الدوافع وتقودهم إلى طلب الأجهزة الكهربائية في جدول(٤٣).

جدول(٤٣) الدوافع غير الكمية لطلب الحجاج علي السلع الكهربائية

الدافع(المتغير الكيفي)	ما يعكسه الدافع	أبعاد الدافع(%)
(أ) دوافع تعكس أثر السعر ١-وجود الجهاز في بلد الحاج	أثر السعر	موجود(٨١,٦) غير موجود(١٨)
٢- سعر الجهاز في بلد الحاج	اثر السعر	أعلى(٧١,٧) أقل(٢٨,٣)
٣- يقارن الحاج بين أسعار الأجهزة قبل الشراء	أثر إحلال الأرخص محل الأغلى	يقارن(٧٧,٣) لا يقارن(٢٢,٧)
٤-السعر يؤثر على قرار الشراء	أثر السعر	نعم(٧٤,٩) لا (٢٥,١)
٥-البائع يعطيك خصم	اثر السعر	نعم (٦٢) لا (٣٨)
٦-السعر في حدود الدخل	أثر السعر والدخل	نعم (٦٦,٣) لا (٣٣,٧)
(ب) أثر الجودة: جودة الجهاز في بلد الحاج	أثر الجودة	أقل(٧٦) أعلى (٢٤)
(ح) أثر المعرفة: ١- يدور الحاج بين المحلات	أثر المعرفة المرتبطة بالسعر والجودة	يدور (٧١) لايدور (٢٩)
٢- معلومات الحاج عن الجهاز	أثر المعرفة	*من زملاء البعثة(٣١,٥) *مكتسبة من بلدة(٤٨,٦٥) *من بائع المحل(١٣) *من نشرة الجهاز(٦,٧٨)
(د) أثر التجريب: شراء الجهاز بعد تجربته	أثر التجريب في خلق منفعة	* يجرب(٦٩,١) *لا يجرب (٣٠,٩)
(هـ)أثر منفعة الجهاز: الغرض من شراء الجهاز	المنفعة المباشرة والمنفعة غير المباشرة	استعمال خاص(٦٢) هدية (٣٨)

من الأدلة التي يعطيها جدول (٤٣) للدوافع غير الكمية لطلب الحجاج على السلع الكهربائية نجد أن:

(أ) أنه رغم أن ٨١,٦% من الحجاج يقرون بأن نفس الجهاز الذي طلبوه من السعودية أثناء فترة الحج موجود في بلادهم، إلا أنهم اشتروا من المملكة، وهذا يعكس بالتأكيد أثر سعر، لأنهم وجدوا أن الجهاز أمامهم في فترة الحج أرخص مما يحقق لهم وفراً نقدياً.

ويقرر ١٨% من الحجاج أن الجهاز غير موجود في بلادهم حيث لا يتم إنتاج نفس الجهاز أو بديل قريب له (نتيجة أثر التخلف الاقتصادي والتكنولوجي) ومن ثم فهم يشترون الجهاز من المملكة.

وعلى هذا يمكن أن نصل إلى النتيجة التالية:

"بالرغم من أن نفس الأجهزة الكهربائية موجودة في دول ٨١,٦% من حجاج العينة، إلا أنهم يشترون من المملكة لأسباب تتعلق بالوفر السعري المحقق من وراء الشراء".

(ب) أن ٧١,٧% من حجاج العينة الذين طلبوا أجهزة كهربائية في موسم الحج يقرون بأن سعر نفس الجهاز في بلدانهم أعلى من سعر الجهاز في المملكة السعودية، ولهذا فهم يفضلون الشراء من المملكة للاستفادة من انخفاض سعر الجهاز، ولهذا فإن الدافع وراء تفضيلهم الشراء يكمن في أثر السعر.

بينما أن ٢٨,٣% من حجاج العينة يقرون بأن سعر الجهاز في بلدانهم أقل ولكن شرائهم للأجهزة يرجع لأسباب لا تتعلق بالسعر.

وعلى هذا فإننا يمكننا استخلاص النتيجة التالية:

"أن ارتفاع السعر في ٧١,٧% من الحالات في بلدان الحاج كان سبباً نسبياً لطلب الحجاج السلع الكهربائية من المملكة العربية السعودية في موسم الحج".

(ج) أن حوالي ٧٧,٣% من الحجاج يقومون بعمل مقارنة بين أسعار نفس الجهاز في المحلات المختلفة وبين أسعار الأصناف المختلفة لجهاز معين باعتبارها بدائل لبعضها البعض، حتى يمكن أن يكون صورة واضحة عن الأسعار النسبية لتلك الأصناف وحتى يتضح له الصنف الأرخص نسبياً، فإن تفضيلاته تتجه إلى الصنف – بافتراض تساوي المواصفات التي تحقق له رغباته في الأصناف المختلفة لنفس الجهاز – الأرخص نسبياً، بمعنى أن الحاج يقوم بإحلال السلعة الأرخص نسبياً محل السلعة الكهربائية الأعلى نسبياً، وهذا هو أثر الإحلال.

وعلى هذا فإنه يمكننا استخلاص النتيجة التالية:

"يترتب على قيام ٧٧,٣% من الحجاج بالمقارنة بين أسعار السلع الكهربائية البديلة لبعضها البعض إحلالهم للسلع الأرخص نسبياً محل السلع الكهربائية الأعلى نسبياً في هيكل طلبهم على السلع الكهربائية".

ومن الملاحظ أن حوالي ٢٢,٧% لا يقومون بعمل تلك المقارنة، ربما لعدم توافر المعلومات المتاحة لهم، وربما يكونون حكم شخصي ،بمقتضاه يقارن بين المنافع المستمدة من الجهاز وسعر عرض الجهاز ، فإذا توقع أن تكون المنافع المستمدة من الجهاز أعلى من (أو على الأقل تساوي) سعر العرض، يقوم بطلب هذا الجهاز.

وعلى هذا يمكننا أن نستنتج ما يلي:

١-أن حوالي ٢٢,٧% من الحجاج في العينة لا يقومون بالمقارنة بين أسعار الأجهزة، ربما لأنهم يقـارنون بين المنفعة المباشرة للجهاز وسعره، وقد يبنون قرار الشراء على أساس أن المنفعة المباشرة للجهاز علـى الأقل – إن لم تزيد – على المنفعة الكامنة في سعره.

٢- أن حوالي ٧٤,١٩% من حجاج العينة يعربون مباشرة عن أن السعر يؤثر على قرار شـراء الأجهـزة الكهربائية وأن حوالي ٢٥,١% يقررون أن السعر ليس هو المؤثر على قرارهم بشراء الأجهزة الكهربائيـة، ومن المتوقع أن تكون الفئة الأولى التي يؤثر السعر على قرارهم بالشراء هم من الفئة منخفضة أو متوسطة الدخل من الحجاج الذين ترتفع لديهم المنفعة الحدية للنقود، ومن ثم فإن قرار الإنفاق غالباً ما يتم على أساس موازنة دقيقة بين السعر المدفوع والمنافع المتوقعة من وراء الجهاز، أما الفئة الثانية ربمـا تكـون الفئـة مرتفعة الدخل، والتي تهتم في المقام الأول بالحصول على الجهاز، لعدم توافره في بلادهم أو لأنه متوفر فـي بلادهم ولكن بجودة أقل، ولهذا فإن العوامل الأخرى غير السعريه تتدخل في التأثير على قرار الشراء.

وعلى هذا فإننا نصل إلى النتيجة التالية:

<u>"أن حوالي ٧٥% من حجاج العينة يتأثر قرارهم بشراء الأجهزة الكهربائية بسعر الجهاز، بينما حوالي ٢٥% يتأثر قرار الشراء بعوامل أخرى غير السعر".</u>

(د) ويقرر ٦٢% من حجاج العينة أنهم يحصلون على خصم من السعر الأصلي للشراء (أو سعر البيع) بينمـا يقرر ٣٨% من الحجاج أنهم لا يحصلون على خصم، وهذا يعني أن اعتقاد معظم الحجاج الذين يطلبون سـلع كهربائية أنهم يحصلون على خصم وهو من الدوافع على طلب الأجهزة الكهربائية، وربما لا يكـون الخـصم حقيقياً، وربما يكون خصماً من السعر المعلن، ولهذا ربما أن ٣٨% من الحجاج يدركون أن هذا الخصم غيـر حقيقي.والخصم يجعل سعر الشراء أقل من السعر المعلن ومن ثم يعكس أثر سعر ، كما يعتقد الحـاج يحقـق وفراً نقدياً له.

ولهذا فإننا يمكننا أن نستنتج أن:

<u>"إعطاء خصم للحاج الذي يطلب الأجهزة الكهربائية أحد الدوافع الأساسية للطلب علـى تلـك الأجهزة في معظم الحالات".</u>

(هـ) يعرب ٦٦,٣% من الحجاج أن السعر الذي يشترون به الأجهزة في حدود دخلهم، ومن ثم فهـو سـعر يتوافق مع القوة الشرائية المتاحة لهم، مما يمكنهم من ترجمة رغباتهم في شراء الأجهزة الكهربائية إلى طلب على تلك الأجهزة، بمعنى أن هذا السعر يجعل تكلفة شراء تلك الأجهزة يقع في نطاق ميزانية المستهلك، ومع توافر الرغبة والتفضيلات يكون هناك طلب.

ويفصح ٣٣,٧% من حجاج العينة أن سعر الأجهزة يفوق مستوى دخولهم، ومن ثم فهم يراكمـون أرصـدة نقدية لشراء تلك الأجهزة، وعلى هذا فإن طلب الأجهزة الكهربائية دالة في الأرصدة المتراكمـة مـن دخـول سابقة.

وقد يخطط بعض الحجاج على أن يكون سعر الجهاز في حدود دخله ولكن الحجاج ذوي الدخل المنخفض قد لا

يتمكنون من تحقيق ذلك، وعلى هذا نستنتج أن:

"غالبية الحجاج في العينة يحاولون اختيار السلع الكهربائية ذات الأسعار التي تقع في نطاق دخولهم، وحوالي ثلث الحجاج لا يتمكنون من جعل السلع المشتراة في نطاق دخولهم.

(و) يفصح ٧٦% من الحجاج أن جودة الأجهزة الكهربائية في بلادهم أقل من جودتها في المملكة، ومن ثم فهم يقبلون على الشراء من المملكة في فترة الحج لارتفاع جودة الأجهزة التي يشاهدونها في موسم الحج، بينما يرى ٢٤% أن جودة الأجهزة في بلادهم ليست أقل من جودة الأجهزة في المملكة، ومن ثم فإن الجودة ليست هي العامل المحدد للشراء، وإنما اعتبارات أخرى قد تكون السعر مثلا أو غيره.

وعلى هذا فإننا يمكن أن نقرر النتيجة التالية:

أن غالبية الحجاج يشترون أجهزة كهربائية من المملكة لارتفاع جودة الأجهزة في المملكة مقارنة بجودة نفس الأجهزة في بلادهم.

(ز) يقرر حوالي ٧١% من الحجاج أنهم يدورون بين المحلات قبل الشراء، وذلك لمعرفة الجودة والسعر وغيرها من المعلومات المتعلقة بالأجهزة، وهذه المعرفة ضرورية لطلب الأجهزة الكهربائية وأن قرار طلب الأجهزة مرتبط باكتساب تلك المعرفة.

وعلى هذا يمكن أن نصوغ النتيجة التالية:

"أن قرار شراء الأجهزة الكهربائية لدى ٧١% من الحجاج مرتبط باكتساب المعرفة الضرورية عن سعر وجودة الأجهزة الكهربائية، وهذه المعرفة تكتسب من خلال دوران الحاج بين المحلات".

ويرتبط بالنقطة السابقة تعدد مصادر المعرفة عن الجهاز الذي يشتريه الحاج فمنهم من يكتسب المعلومات عن الجهاز من زملاء البعثة في حوالي ٣١,٥% من الحالات ومنهم من يكتسبها من بائع المحل (١٣%) ومنهم من يكتسبها من نشرة الجهاز الذي يشتريه (٦,٧٨%) ومنهم من يكون قد اكتسبها من بلده أصلاً، ومعرفة الجهاز ضرورية لوجود طلب عليه، ومن هذا نستنتج أن الحاج الذي يطلب السلع الكهربائية يبذل جهداً للحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ قرار الطلب، بمعنى أن الحاج يبدو أنه يستخدم كل المعلومات المتاحة له في اتخاذ قرار الطلب، وهو ما قد يتناسق مع فرص التوقعات الرشيدة Rational expectations وهذا قد ينطوي ضمناً على أن الحجاج الذين يطلبون السلع الكهربائية هم حجاج هدفيون يتمتعون بصفة الرشد.

وعلى هذا يمكن استنتاج أن:

"معظم الحجاج الذين يطلبون أجهزة كهربائية يتمتعون بصفة الرشد في اتخاذ قرار الشراء، حيث أنهم يحاولون تجميع واستغلال كل المعلومات الضرورية والمتاحة لاتخاذ قرار الشراء".

(ح) يقرر حوالي ٦٩% من الحجاج أنه يشتري الجهاز بعد أن يقوم بتجربة وتشغيله، فإن أفضت التجربة عن صلاحيته الكاملة يقومون بالشراء، بمعنى أن المنفعة المستمدة من الجهاز ترتبط مباشرة بتجريب الجهاز، ولكن حوالي ٣١% يقررون أنهم يشترون الجهاز بدون تجربته، وربما يعزى ذلك إلى اعتقادهم أنه طالما أن الجهاز جديد، فإنه يعمل بطريقة جيدة، ولا داعي للتجريب، ويفضل الاحتفاظ به في عبوته كما هو بدون تفريغ وإعادة التعبئة.

وعلى هذا يمكن أن نقرر أن:

"معظم الحاج يربطون بين منفعة الجهاز ومن ثم طلبه وبين تجربة تشغيله قبل شرائه، ويرى اقل مـن ثلـث الحجاج في العينة أن التجريب غير ضروري لاتخاذ قرار الشراء".

(ط) وأخيراً فإن الغرض من طلب الجهاز إما للاستعمال الشخصي وإما أنه هدية، فإذا كان للاستعمال الشخصي فإن هذا يعني طلب مباشر على الجهاز لمنفعته المباشرة، وهذا هو الحال في حوالي ٦٢% من حجاج العينة، ويرى ٣٨% من حجاج العينة أن يشترون الجهاز كهدية، ومن ثم فإن الطلب على الجهاز مرتبط بمنفعة غير مباشرة مستمدة من توثيق عرى المودة والصداقة، ولهذا فإن الطلب على الجهاز الكهربائي يصبح طلباً مشتقاً Derived demand **وعلى هذا يمكن أن نقرر النتيجة التالية:**

"يقرر ٦٢% من حجاج العينة أن طلبهم على الأجهزة الكهربائية للاستعمال الشخصي إنما هو طلب مباشـر مستمدة من منفعة الجهاز للاستعمال الشخصي، وأن ٣٨% يقررون أن طلبهم غير مباشر مستمدة من انتفاع آخرين بالجهاز كهدية لهم".

الخاتمة والنتائج

تناولت هذه الدراسة تحليل طلب الحجاج علي السلع الكهربائية في خمسة مباحث وفيما يلي أهم النتائج التي توصلا إليها:

أولا- الأسباب العامة لشراء السلع الكهربائية أثناء موسم الحج:

أ - قد يعزى قيام حجاج الدول الإسلامية منخفضة الدخل إلى شراء السلع الكهربائية أثناء موسم الحج من المملكة العربية السعودية إلى أثرين:

الأثر الأول: أثر التخلف الاقتصادي: والذي ينجم عنه أن المستوى العلمي والتكنولوجي السائد في تلك البلاد لا يمكنها من امتلاك أساليب فنية للإنتاج تمكنها من إنتاج تلك السلع، وبالتالي لا يوجد إنتاج محلي من السلع الكهربائية في تلك البلاد، ومن ثم يمثل موسم الحج فرصة لشراء تلك السلع من المملكة، حيث تتوافر تلك السلع.

الأثر الثاني: أثر السعر: وهو أثر ناجم عن أن انخفاض أسعار السلع الكهربائية في المملكة مقارناً بأسعار نفس السلع في البلد الأصلي للحاج، وارتفاع أسعار السلع الكهربائية في بلد الحاج غالباً ما يكون ناتجاً عن فرض ضرائب جمركية مرتفعة على الواردات من تلك السلع.

ب- قد يعزى قيام حجاج الدول الإسلامية متوسطة الدخل إلى شراء سلع كهربائية أثناء موسم الحج من المملكة إلى أثرين:

الأثر الأول أثر الجودة: وهو أثر ناتج عن ارتفاع جودة السلع الكهربائية التي تعرض في المملكة أثناء موسم الحج مقارنة بجودة نفس السلع الكهربائية المنتجة محلياً في بلد الحاج، ويرجع ارتفاع جودة ما يعرض من سلع كهربائية في المملكة إلي أن تلك السلع – غالباً – تنتج محلياً بأساليب فنية مرتفعة أو تستورد في السوق الحرة للمملكة من الدول المختلفة المنتجة لتلك السلع في ظل مبدأ المزايا النسبية المقارنة، كما أن انخفاض جودة ما يعرض من سلع في بلد الحاج غالباً ما يعزى إلى أن سياسة الإحلال محل الواردات Import substitution policy التي تتبعها تلك البلاد تعتمد غالباً على أساليب فنية للإنتاج متخلفة، ومن ثم تقل جودة المنتج وترتفع تكلفة الوحدة المنتجة منه.

الأثر الثاني أثر السعر: وهو أثر ناتج عن انخفاض الأسعار في المملكة مقارناً بأسعار نفس السلع في بلاد الحجاج

نتيجة فرض معاملات مرتفعة للضرائب الجمركية على واردات تلك السلع.

ثانيا: بالنسبة لطلب الحجاج على السلع الكهربائية فيتميز بما يلي:

١- تحتل لعب الأطفال الكهربائية المركز الأول في طلب الحجاج على السلع الكهربائية ككل بنسبة ٥,١١% ، والطلب على لعب الأطفال الكهربائية، كما يحتل الطلب على الراديو – كاسيت المركز الثاني في هيكل الطلب على السلع الكهربائية من قبل لحجاج بنسبة ١٤,٦%، ويحتل الطلب على أجهزة التلفزيون المركز الثالث بنسبة ١٣,٢% من الطلب الكلي على الأجهزة الكهربائية، والطلب على التلفزيون أكثر انتشاراً بين الحجاج بحكم المزايا التي يقوم المصنعون بإدخالها على الموديلات التي تظهر كل عام، والطلب على التليفون يحتل المركز الرابع بنسبة ١٢,٤٢%، ولا شك أن نماذج التليفونات متعددة ومزاياها متغيرة، مما يجعل الطلب عليها مستمر كل عام سواء تليفون ثابت أو محمول ، ويحتل الطلب على أجهزة التصوير المركز الخامس بنسبة ١٢% من هيكل الطلب على كل الأجهزة الكهربائية، ثم يأتي في المركز السادس الطلب على المكواة بنسبة ٨,٨٣% ثم المراوح بنسبة ٣,٢% ثم الغسالات ٣,٢% ثم الخلاطات ٣,٠٧% والمكانس ٣,٠٧% ثم الثلاجات ١,٠٨% وهكذا

٢- يتميز الطلب علي لعب الأطفال بالتركز فحجاج ٧ دول يطلبون أكثر من ضعفي ونصف طلب حجاج ١٧دولة، ومعامل التركز=٢,٥ بمعني أنه إذا كان الحاج في المجموعة الأولى يطلب ٢,٥٥ لعبة فإن الحاج في المجموعة الثانية يطلب لعبة واحدة أو مقابل كل (٠,٥٥) من اللعبة يطلبها الحاج في المجموعة الثانية يطلب الحاج في المجموعة الأولى لعبتين.

٣- هناك ثلاث دول تتميز بتنوع هيكل طلبها على الصوتيات والمرئيات وهي: أفغانستان، ومصر، وباكستان، وبقية الدول يختفي منها أحد عناصر السلع الكهربائية، بمعنى أن هيكل طلب هذه الدول على الصوتيات والمرئيات أكثر توازناً بالمقارنة بهيكل طلب الدول الباقية سواء أكانت المجموعة الرئيسية أو الدول التي يمثل طلب حجاجها على الصوتيات والمرئيات نسباً صغيرة.

٤- أن ٦٦,٣٥% من الطلب على أجهزة الراديو يأتي من حجاج ٨ دول فقط من إجمالي عدد ٢٨ دولة يطلب حجاجها الراديو كاسيت، مما يعني تركز ٦٦,٣٥% من الطلب على الراديو في ٢٨,٦% من عدد مفردات عينة الدراسة، وأن ٣٣,٦٥% من هذا الطلب يأتي من ٧١,٤٣% من مفردات العينة، ولذلك هناك تركز في الطلب في حجاج المجموعة الأولى من دول عينة الدراسة.

٥- أن الطلب على التلفزيون يأتي في معظمه من قبل حجاج ٧ دول فقط بينما أن مجموعةالدول والتي تضم حجاج

١٥ دولة يطلبون فقط أقل من ثلث الطلب على سلعة التلفزيون، وهذا يعني أن الطلب على سلعة التلفزيون يميل إلى التركز، ومعامل التركز في الطلب على سلعة التلفزيون يساوي = ٢,١٧٣٥.

٦- أن معامل التركز في طلب الفيديو = ٤,١٤ حيث أن حجاج ٦ دول يطلبون تقريباً أربعة أمثال طلب حجاج بقية الدول الذين يطلبون الفيديو وعدد ها ٦ دول أيضا.

٧- الطلب على الرسيفر يتحقق من قبل حجاج تسع دول وهي: الأردن، والبحرين، ولبنان، ومصر، وأفغانستان، وباكستان، والهند، وبنجلاديش، ونيبال، وكل منها يطلب ١١,١%، ونسب الطلب متساوية من قبل حجاج كل دولة وبالتالي لا يوجد تركز في الطلب، ولكن الملاحظ أن الطلب على أجهزة الرسيفر منخفض مقارناً بالطلب على التلفزيون والفيديو والراديو

٨- معامل التركز في الطلب على التلفونات = ٢,٣٣ فطلب المجموعة الأولى (١١ جنسية) = ضعفي وثلث طلب حجاج المجموعة الثانية (١٧ جنسية) على التلفونات مما يعني أن حجاج المجموعة الأولى لها ميل أكبر لطلب التلفونات بالمقارنة بالمجموعة الثانية

٩- أن حجاج تسع دول (والذين يمثلون ٣٧,٥% من عدد الدول التي تطلب أجهزة التصوير)، يطلبون أكثر من ضعفي حجاج ١٥ دولة (يمثلون ٦٥,٥% من عدد الدول التي يطلب حجاجها أجهزة تصوير)، بمعنى أن معظم الطلب (٧١%) يتركز في ٣٧,٥% من الدول التي يطلب حجاجها أجهزة التصوير.

١٠- هناك تركز في طلب المكواة ومعامل التركز=٣,١ طبقاً ، بمعنى أن طلب حجاج خمس دول يزيد عن ثلاثة أمثال طلب حجاج ٩ دول، بمعنى أنه إذا كان الحاج يشتري ثلاث مكواة في المجموعة الأولى فإن الحاج يشتري في المجموعة ذات الطلب الأصغر أقل قليلاً من مكواة

١١- أن الطلب على المراوح الكهربائية مركزة في حجاج ٩ دول من عدد ٤٠ جنسية في العينة وبنسبة ٢٢,٥% من عدد الجنسيات في عينة الدراسة، ليس هذا فقط بل إنه كما يتضح من جدول (٢٥) فإن ٧٢% من الطلب على المراوح في عينة الدراسة من قبل حجاج ٥ دول بنسبة ٥٥,٥٦% ولهذا فإن معامل التركز = ٢,٥٧ بمعنى أن حجاج المجموعة الأولى من الدول يطلبون أكثر من ضعفين ونصف قدر حجاج المجموعة الأولى.

١٢- معامل تركز الطلب على الغسالات = ٤، بمعنى أن طلب المجموعة الأولى من الدول التي يطلب حجاجها الغسالات يعادل أربعة أمثال طلب حجاج المجموعة الثانية على سلعة الغسالات.

١٣- معامل التركز في الطلب على المكنسة الكهربائية (٢,٩) مما يشير إلى أن طلب حجاج الدول الخمس الأولى

حوالي ثلاثة أمثال طلب الدول الخمس الأخيرة.

١٤- معامل التركز في الطلب على الثلاجات = ١,٨٣ حيث أن حجاج دولتين فقط يطلبون قدر حجاج ٦ دول في العينة ١,٨٣ مرة، وهذا يعني ميل كبير للطلب على الثلاجات للتركز في عدد قليل من حجاج دول معينة

١٥- معامل التركز في طلب السخان الكهربي) منخفض ويساوي (٠,٨٣٢٤) مقارن بجميع السلع الكهربائية السابقة

<u>ثالثا: بالنسبة للعلاقة بين الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية التى يطلبها الحجاج والدخل:</u>

١- تم تقدير تلك العلاقة في حالة (٧) سلع، وهي الثلاجات (ref) والفيديو (vdio) ولعب الأطفال(toys) والتليفون(tele) وكاميرات التصوير camera) والراديو-كاسيت(radio) والتلفزيون (tv) وتم التوصل إلى نتيجة متماثلة تقريباً في كل التقديرات تتمثل في أن:

(أ) كل العلاقات المقدرة أعطت دالة طلب غير خطية (وبالتحديد تربيعية).

(ب) أن الدوال المقدرة ذات ميل متغير وسالب عند جميع مستويات الدخل، ما عدا دالة الطلب على التلفزيون، فأعطت دالة متزايدة أولاً ثم متناقصة

٢- برصد <u>نسب السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج عند مراكز فئات الدخل</u>، يلاحظ تركز النسب الكبيرة للطلب عند مستويات الدخل الأصغر بصفة عامة لجميع السلع، وتقل النسب المطلوبة عند مستويات الدخل الكبرى، وربما يعزى ذلك إلى أن الأفراد الذين يقعون في فئات الدخل الكبرى لديهم السلع الكهربائية أصلاً في بلادهم، فيشترونها غير متأثرين بالارتفاع النسبي في سعرها مقارنة بالطبقة من الحجاج منخفضة الدخل التي تنتهز فرصة الشراء من موسم الحج للانخفاض النسبي في الأسعار، ولأنها قبل قدومها الحجاج تراكم أرصدة لشراء تلك السلع من السعودية خلال قدومها للحج.

٣- يمكن تقريب علاقة الطلب على كل سلعة من السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج بمنحنى سالب الميل ذات ميل (مطلق) متناقص مع زيادة الدخل، وهذا يعكس فرض أساسي هو أن الطلب على الأجهزة الكهربائية يتناقص بمعدل متزايد كلما زاد الدخل من فئة دخليه معينة إلى الفئة الأكبر منها.

٤- أن كل معاملات الارتباط المقدرة بين الطلب على السلع الكهربائية والدخل سالبة، مما يدل على وجود اقتران

خطي سالب بين الطلب على كل سلعة كهربائية والدخل، ويلاحظ أن:

(أ) أن هذا الاقتران الخطي بين الطلب على السلع الكهربائية والدخل قوي في ثمان حالات للطلب وهي الطلب على (الراديو كاسيت، والخلاطات، الرسيفر، والغسالات، والتلفون، وكاميرات التصوير، والمكنسة، وألعاب الأطفال)، ومعامل الارتباط المقدر في تلك الحالات يختلف معنوياً عن الصفر عند مستوى معنوية ٢% (أو أقل في غالبية الحالات).

(ب) الاقتران الخطي بين الطلب على كل من المكواة والثلاجة الدخل فمتوسط ويختلف معنوياً عن الصفر.

(ج) يكون معامل الارتباط عكسي وضعيف ومعنوي في الحالات التالية:

***في حالة الفيديو: معنوي عند مستوى معنوية ٧%.**

***في حالة المراوح: معنوي عند مستوى معنوية ٨%.**

(د) ويكون معامل الارتباط عكسي وضعيف وغير معنوي في الحالات التالية:

***في حالة الطلب على التلفزيون والسخان الكهربائي والمفارم.**

ومن هذا الدليل التجريبي نخلص إلى النتيجة التالية:

(هـ) من عدد ١٥ سلعة من السلع الكهربائية التي يطلبها الحجاج يوجد اقتران خطي قوي بين الطلب على ٨ سلع والدخل، واقتران خطي متوسط بين الطلب على سلعتين والدخل، وفي أربع حالات يوجد اقتران خطي متوسط بين الطلب والدخل، وبقية الحالات فإن الاقتران الخطي ضعيف (معنوي في حالتين، وغير معنوي في ثلاث حالات)، وفي جميع الحالات فإن الارتباط بين الطلب والدخل سالب.

رابعا: بالنسبة لعلاقة الطلب على الأجهزة الكهربائية وسعر الوحدة منها:

فإن دالة طلب الحجاج على السلع الكهربائية المقدرة كدالة لسعر السلع الكهربائية له الشكل العادي المعروف في النظرية الاقتصادية فمعلمة الميل سالبة وثابت الدالة موجب، مما يؤيد وجود علاقة عكسية بين طلب الحجاج على السلع الكهربائية وسعر الوحدة من السلع الكهربائية.

وهذه العلاقة العكسية بين طلب الحجاج على السلع الكهربائية والسعر تقرر أيضاً بالإضافة إلى وجود أثر إحلال بين السلع الكهربائية البديلة، إلى وجود أثر دخل حيث أن انخفاض سعر الوحدة من السلع الكهربائية في *المملكة يحقق* وفراً في القوة الشرائية للحجاج مما يحفزهم على زيادة مشترياتهم من السلع الكهربائية.

خامسا:أثر الدوافع الكيفية على طلب السلع الكهربائية:

يقرر الدليل التجريبي المستمد من بيانات العينة ما يلي:

١- أنه بالرغم من أن نفس الأجهزة الكهربائية موجودة في دول ٨١,٦% من حجاج العينة، إلا أنهم يشترون من المملكة لأسباب تتعلق بالوفر السعري المحقق من وراء الشراء".

٢- أن ارتفاع السعر في ٧١,٧% من الحالات في بلدان الحاج كان سبباً نسبياً لطلب الحجاج السلع الكهربائية من المملكة العربية السعودية في موسم الحج.

٣- يترتب على قيام ٧٧,٢% من الحجاج بالمقارنة بين أسعار السلع الكهربائية البديلة لبعضها البعض إحلالهم للسلع الأرخص نسبياً محل السلع الكهربائية الأعلى نسبياً في هيكل طلبهم على السلع الكهربائية.

٤- أن حوالي ٧٥% من حجاج العينة يتأثر قرارهم بشراء الأجهزة الكهربائية بسعر الجهاز، بينما حوالي ٢٥% يتأثر قرار الشراء بعوامل أخرى غير السعر.

٥- إعطاء خصم للحاج الذي يطلب الأجهزة الكهربائية أحد الدوافع الأساسية للطلب على تلك الأجهزة في معظم الحالات.

٦- غالبية الحجاج في العينة يحاولون اختيار السلع الكهربائية ذات الأسعار التي تقع في نطاق دخولهم، وحوالي ثلث الحجاج لا يتمكنون من جعل السلع المشتراة في نطاق دخولهم.

٧- أن غالبية الحجاج يشترون أجهزة كهربائية من المملكة لارتفاع جودة الأجهزة في المملكة مقارنة بجودة نفس الأجهزة في بلادهم.

٨- أن قرار شراء الأجهزة الكهربائية لدى ٧١% من الحجاج مرتبط باكتساب المعرفة الضرورية عن سعر وجودة الأجهزة الكهربائية، وهذه المعرفة تكتسب من خلال دوران الحاج بين المحلات".

٩- معظم الحاج يربطون بين منفعة الجهاز ومن ثم طلبه وبين تجربة تشغيله قبل شرائه، ويرى اقل من ثلث الحجاج في العينة أن التجريب غير ضروري لاتخاذ قرار الشراء

١٠- يقرر ٦٢% من حجاج العينة أن طلبهم على الأجهزة الكهربائية للاستعمال الشخصي إنما هو طلب مباشر مستمدة من منفعة الجهاز للاستعمال الشخصي، وأن ٣٨% يقررون أن طلبهم غير مباشر مستمدة من انتفاع آخرين بالجهاز كهدية مقدمة لهم.

REFERENCES

التنمية المستدامة في عالم دائم التغير: التحول في المؤسسات والنمو ونوعية الحياة، **تقرير التنمية في العالم ٢٠٠٣، البنك الدولي،** القاهرة: مركز الأهرام للترجمة والنشر.

McCLAVE, J., and Benson, G., " *Statistics for Business and Economic*s", 2nd edit., San Francisco: Dellen Publishing Company, 1982.

Gujarati, D., " *Basic Econometrics*", 4th edit., New York: McGraw-hill Book Company:2003.

Koutsoyiannis, A., " Modern Microeconomics" 2nd edit., London: Macmillan Publishing Company:1988.

Nicholson, W., " *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*" 4th edit., San Francisco: The Dryden Press:1989.